



ADAPTACIÓN DEL SERVICIO DE LISTA ROBINSON AL RGPD

UN SERVICIO DE



Contenido

1. Presentación	2
2. Sobre Adigital.....	3
3. Sobre el Servicio de Lista Robinson	3
4. Veinticinco años de evolución	4
5. Medidas para adaptación al Reglamento General de Protección de Datos	5
5.1. Delegado de protección de datos	6
5.2. Nuevas reglas de depuración	6
5.3. Mejora en la introducción de datos.....	7
5.4. Desarrollo íntegramente propio	7
5.5. Nueva modalidad de acceso a la Lista Robinson	7
5.6. Prueba de consulta para entidades	8
5.7. Coste especial para pequeñas empresas	8
5.8. Nuevo sistema de representación	8
5.9. Accesibilidad.....	8
5.10. Usabilidad de la plataforma	8
5.11. Multiplataforma	9
5.12. Diálogo con la Agencia Española de Protección de Datos	9
6. Ejercicio de derechos a través del Servicio de Lista Robinson	9
7. El Servicio de Lista Robinson, en números	10
7.1. Histórico de altas de ciudadanos	10
7.2. Canales publicitarios	12
7.3. Servicio de atención a ciudadanos y entidades	12
7.4. La Lista Robinson en los medios y las redes sociales	13
7.5. Derechos de oposición (revocación).....	14
Anexo: Reglamento del Servicio de Lista Robinson	16
Anexo: Código de conducta del Servicio de Lista Robinson.....	17

1. Presentación

El presente documento ha sido elaborado con la finalidad de presentar la candidatura del Servicio de Lista Robinson a la convocatoria realizada por la Agencia Española de Protección de datos del «Premio a las Buenas Prácticas en Privacidad y Protección de Datos Personales sobre iniciativas para la adaptación al Reglamento Europeo de Protección de Datos y su cumplimiento», de 2018, en la modalidad “A. Buenas prácticas sobre iniciativas llevadas a cabo por las empresas, asociaciones y fundaciones del sector privado para la adaptación al del RGPD y su cumplimiento”.

En el mismo se recoge la evolución histórica del Servicio de Lista Robinson desde sus inicios en el año 1993, coincidiendo con la entrada en vigor de la LORTAD, hasta la actualidad, con el desarrollo de la nueva plataforma en el año 2018, coincidiendo entrada en aplicación del Reglamento General de Protección de Datos.

A través de la adaptación del Servicio al RGPD se ha tratado de promover como objetivos el cumplimiento de las empresas de la normativa de protección de datos en lo que respecta al tratamiento de dato datos con fines publicitarios, de forma que se contribuye a garantizar en el sector de la publicidad el derecho fundamental a la protección de datos personales en lo que afecta a los sistemas de exclusión publicitaria.

2. Sobre Adigital

Adigital, la Asociación Española de la Economía Digital, es una asociación sin ánimo de lucro que tiene como finalidad promover la economía digital en España, siendo por lo tanto uno de sus principales objetivos el facilitar a las empresas el cumplimiento de la normativa aplicable y fomentar entre los ciudadanos la confianza y el uso de las nuevas tecnologías.

Como parte de su esfuerzo por alcanzar estos objetivos, Adigital presta el Servicio de Lista Robinson¹ desde hace 25 años tanto a ciudadanos como a cualquier entidad que realice actividades publicitarias. Es un servicio que, por un lado, busca ayudar a los ciudadanos a tomar el control de sus datos personales en relación con su tratamiento para fines publicitarios y, por otro lado, facilitar a las entidades el cumplimiento de la obligación legal de consulta de ficheros de exclusión publicitaria.

3. Sobre el Servicio de Lista Robinson

La prestación del Servicio de Lista Robinson se inició en el año 1993 como una iniciativa voluntaria de autorregulación, de la mano de empresas del sector de marketing directo y de empresas de venta por catálogo, buscando la conciliación entre el derecho de los ciudadanos a gestionar libremente el uso de sus datos personales y el interés de las entidades de publicitar sus productos y servicios.

El servicio fue categorizado posteriormente por el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (en adelante, RLOPD) como un fichero común de exclusión publicitaria, de consulta obligatoria para las entidades que realizan actividades publicitarias.

El servicio consiste, por un lado, en un procedimiento de recogida de datos de los ciudadanos interesados que voluntariamente deciden inscribirse en la Lista Robinson y, por otro lado, en un sistema de consulta para las entidades, a fin de que puedan excluir a los ciudadanos inscritos en la Lista Robinson de sus campañas publicitarias. Es, por lo tanto, un servicio que permite una gestión eficaz y eficiente del ejercicio del derecho de oposición por parte de los ciudadanos respecto del tratamiento de sus datos personales para el envío de campañas publicitarias.

¹ <https://www.listarobinson.es/>

Para los ciudadanos, el servicio es completamente gratuito, siendo sostenido exclusivamente por Adigital y las cuotas de consulta de las entidades.

4. Veinticinco años de evolución

El Servicio de Lista Robinson comenzó a prestarse en enero del año 1993, coincidiendo con la entrada en vigor de la Ley Orgánica 5/1992, de 29 de octubre, de regulación del tratamiento automatizado de los datos de carácter personal (en adelante, LORTAD).

En aquel momento, el Servicio únicamente permitía a los ciudadanos indicar a las entidades que realizaban envíos de comunicaciones comerciales por vía postal utilizando bases de datos de terceros o de fuentes accesibles al público que no deseaban recibirlas. Para la inscripción, los ciudadanos debían enviar por correo ordinario una ficha adecuadamente cumplimentada con los datos a inscribir en la Lista Robinson, que eran volcados manualmente en un fichero automatizado.

En el año 2009, adaptándose al RLOPD, el Servicio es revisado, redactándose un nuevo Reglamento del Servicio y estableciéndose una página web que permitía a los ciudadanos inscribirse de forma electrónica. Con este nuevo reglamento, se extiende el servicio a tres nuevos canales publicitarios: telefónico, correo electrónico y SMS, MMS o sistemas similares. Asimismo, se creó dentro del servicio un procedimiento que permitía a los ciudadanos revocar el consentimiento que hubiesen dado a las entidades adheridas para la recepción de llamadas publicitarias, gestionado automáticamente a través de la página web. Seis años más tarde, en 2015, con objeto de prestar un servicio más eficaz, se realizó una nueva actualización de la plataforma.

Con motivo del nuevo Reglamento (UE) 2016/679 General de Protección de Datos (en adelante, RGPD), Adigital ha realizado una puesta a punto integral del Servicio, tanto de su plataforma online como de su Reglamento de funcionamiento, modernizándolo y adaptándolo al nuevo marco normativo establecido en el artículo 23 sobre los sistemas de exclusión publicitaria de Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (en adelante, LOPDGDD), que establece la obligación de consulta de los sistemas de exclusión publicaría.

Asimismo, está previsto presentar el Servicio de Lista Robinson para su aprobación como Código de Conducta en el marco del artículo 40 del RGPD y correspondientes de la LOPDGDD a fin de que pueda servir como una herramienta a través de la cual las entidades adheridas puedan garantizar que

el tratamiento de datos que realizan es conforme con lo dispuesto en el artículo 23 de la LOPDGDD.

5. Medidas para adaptación al Reglamento General de Protección de Datos

El proceso de adaptación comenzó a inicios de 2016, unos meses antes de la aprobación del RGPD, y culminó en 2018 con la entrada en aplicación del mismo, momento de la publicación de la nueva plataforma online y la redacción del nuevo Reglamento de Servicio y del Código de Conducta, que se anexan a esta memoria.

En este proceso, Adigital, como asociación representativa de más de 550 empresas asociadas directamente y de forma indirecta de más 1500 a través de su partición como socio en la Asociación Confianza Online, ha querido realizar un especial esfuerzo buscando ser un referente para la industria en la innovación y contribución a la creación de una cultura de protección de datos en las empresas privadas.

En la adaptación del Servicio se ha tenido muy en cuenta el grado de complejidad de los tratamientos motivado por el volumen de datos tratados, tal y como se desprende de las cifras aportadas más adelante, y por la importancia que supone la gestión del ejercicio de derechos en materia de protección de datos de los ciudadanos.

Teniendo en cuenta este grado de complejidad, se han establecido las oportunas garantías encaminadas a salvaguardar los derechos y libertades de las personas. En este sentido, se han observado de forma especialmente cuidadosa los principios rectores del Reglamento, creando una plataforma web completamente nueva que tiene en cuenta desde el inicio el establecimiento de mecanismos de seudonimización y hashado de datos, así como los principios de privacidad por diseño y por defecto. Así mismo, se han establecido a su vez las medidas técnicas y organizativas apropiadas para garantizar un nivel adecuado al riesgo teniendo en cuenta el estado de la técnica, los costes de aplicación, y la naturaleza, el alcance, el contexto y los fines del tratamiento, así como riesgos de probabilidad y gravedad variables para los derechos y libertades de las personas.

A continuación, se recogen las medidas de carácter técnico y organizativo que se han establecido para la adaptación del Servicio al RGPD.

5.1. Delegado de protección de datos

Tras la realización del correspondiente análisis, Adigital ha procedido al nombramiento con carácter voluntario de un Delegado de Protección de Datos que, junto con el Responsable de Seguridad, ayudarán a ofrecer mayores garantías en el cumplimiento de la normativa de protección de datos.

5.2. Nuevas reglas de depuración

En la adaptación al RGPD, para la realización de las consultas por parte de las entidades adheridas, se han establecido unas reglas que definen cuándo se considera que existe o no una coincidencia entre la información de la que dispone la entidad consultante y la que el ciudadano facilita al Servicio del Lista Robinson. En el nuevo Reglamento del Servicio, que se reproduce anexo a esta memoria, se han introducido con esa finalidad unas reglas de normalización de la información y se han actualizado los algoritmos de comparación.

Por un lado, las reglas de normalización, definidas en el Reglamento del Servicio, permiten de forma previa a la realización de la comparación, adaptar los datos personales a un formato común que garantice que la comparación posterior de la información es fiel a la realidad, al objeto del Servicio y a lo que el ciudadano esperara. Con esta finalidad, en el Reglamento del Servicio se ha establecido una regla de normalización por cada tipo de dato.

Por otro lado, los algoritmos de comparación permiten determinar si existe o no una coincidencia entre los datos de los que dispone la entidad adherida y la información aportada por los ciudadanos al Servicio de Lista Robinson. Para maximizar el cumplimiento del principio de minimización de datos, existen distintos algoritmos para cada uno de los canales publicitarios en los que se divide la Lista Robinson, de forma que únicamente se emplean los datos mínimos necesarios en cada comparación.

En esta actualización de los algoritmos, se revisó la casuística práctica de los últimos años y el funcionamiento de las entidades, lo que permitió, por un lado, mejorar las fórmulas existentes y, por otro, diseñar e introducir nuevas fórmulas que permiten realizar la comparación con menos datos en algunos casos prácticos.

Este sistema de normalización y comparación busca reducir los errores en la consulta de las entidades que, en ocasiones, podían provocar que el registro en la Lista Robinson no fuese detectado, al mismo tiempo que busca mejorar la seguridad jurídica para las entidades, pudiendo aplicar unas reglas previamente aprobadas.

5.3. Mejora en la introducción de datos

De acuerdo con el principio de exactitud de los datos, sean mejorado los controles en los formularios de introducción de datos, de forma que resulta más sencillo para los ciudadanos introducir los datos correctamente. Lo cual, unido a las nuevas reglas de depuración, reducirán los casos de comparaciones erróneas.

5.4. Desarrollo íntegramente propio

La nueva plataforma ha sido desarrollada completamente por Adigital, logrando un control completo en todas las fases de tratamiento de datos y reduciendo al mínimo el número de proveedores. De esta forma, se obtiene una visión global del ciclo de vida de los datos, lo que ayuda a garantizar un tratamiento adecuado de los mismos y permite la adopción de mejoras con mayor eficiencia.

5.5. Nueva modalidad de acceso a la Lista Robinson

Uno de los principales ejemplos de cómo se han incorporado al Servicio los principios del RGPD, es la nueva modalidad de acceso a la Lista Robinson. Esta nueva modalidad permite a las empresas conectar sus propios sistemas directamente a la plataforma para realizar las consultas.

Esta modalidad ha sido diseñada teniendo también en cuenta las necesidades de las PYMES, estando acompañada de un software, de uso opcional, que asiste a las entidades en el proceso de consulta, resultando más sencillo y con menor impacto económico, especialmente para aquellas entidades que carecen de equipos técnicos internos. Este software realiza la normalización de los datos de los que dispone la entidad consultante, ejecuta el proceso de comparación y ofrece el resultado del proceso.

Para la realización de los tratamientos, se han incorporado las mejores garantías que permite el actual estado de la técnica, maximizando el cumplimiento del RGPD, especialmente en lo que se refiere al principio de minimización de datos. Con este objetivo, se han incorporado técnicas de seudonimización, conexiones cifradas, cifrado de datos y acceso controlado que permiten que las entidades puedan realizar la consulta de la Lista Robinson sin necesidad de que ni la entidad consultante tenga acceso a la información que figura en la Lista Robinson ni la plataforma tenga acceso a los datos de la entidad. Asimismo, se aplican medidas técnicas y organizativas para garantizar la confidencialidad, integridad, disponibilidad, resiliencia permanente del Servicio, la capacidad de restaurar la disponibilidad del Servicio y el acceso a los datos de forma rápida en caso de incidente físico o técnico y la existencia de un proceso de verificación, evaluación y valoración regulares de la eficacia de las medidas técnicas y organizativas.

5.6. Prueba de consulta para entidades

Otra de las mejoras de la nueva modalidad de acceso es que, junto a cada consulta realizada por la entidad, se entrega un registro de control o prueba de consulta que permitirá a las entidades mostrar posteriormente el cumplimiento de la obligación de consulta. Así mismo, la prueba de la consulta facilita al órgano de control distinguir entre aquellas entidades que cumplen activamente con la obligación de consulta de las que no.

5.7. Coste especial para pequeñas empresas

Adigital, consciente del esfuerzo que puede suponer para las empresas más pequeñas el cumplimiento de la obligación de consulta, ha adaptado el coste de acceso según el número de consultas y las capacidades de estas entidades, habiendo diseñado una herramienta que facilita todo el proceso y hace más sencillo el cumplimiento de la normativa.

5.8. Nuevo sistema de representación

Desde el año 2009, la inscripción en la Lista Robinson se realiza únicamente de forma electrónica a través de Internet. Esto, si bien facilita la inscripción para la gran mayoría de los ciudadanos, puede suponer una dificultad para algunas personas que no disponen de acceso a Internet o no saben cómo realizar el registro. Así mismo, ciertos colectivos no pueden inscribirse por sí mismos, como es el caso de los menores de 14 años, que no pueden prestar consentimiento en materia de protección de datos.

Para dar respuesta a esta necesidad de los ciudadanos, Adigital ha establecido un nuevo sistema de representación que permite que estos interesados puedan inscribirse a través de, por ejemplo, los padres o tutores del menor o un pariente autorizado de un ciudadano incapaz de utilizar Internet.

5.9. Accesibilidad

La nueva plataforma web se ha diseñado buscando que sea más accesible para aquellas personas con sus capacidades sensoriales disminuidas. Elementos como los colores, los contrastes o los tamaños de los textos han sido elegidos buscando que no fuesen una barrera que impidiese el acceso a la Lista a ningún ciudadano.

5.10. Usabilidad de la plataforma

En el nuevo diseño se ha mejorado la usabilidad de la plataforma simplificando la navegación de manera que resulta más sencillo el proceso de registro y de inscripción en los distintos canales de la Lista Robinson.

5.11. Multiplataforma

Se ha cuidado el funcionamiento de la página web tanto en ordenadores como en dispositivos móviles y tabletas para facilitar la inscripción en la Lista a los ciudadanos. A día de hoy, más de la mitad del tráfico actual y de las altas se realizan desde dispositivos móviles.

5.12. Diálogo con la Agencia Española de Protección de Datos

El proceso de adaptación y modernización del Servicio de Lista Robinson ha estado acompañado, desde un principio, de un diálogo con la Agencia Española de Protección de Datos, con objeto de recabar su opinión y buscando crear un Servicio con las máximas garantías para los ciudadanos y las entidades.

Durante este proceso, Adigital ha recogido las sugerencias y peticiones de la AEPD, incorporándolas en el proyecto de la forma más completa posible. Sugerencias como la búsqueda de un modelo de acceso para las entidades más moderno o la búsqueda de diseños accesibles a todos los ciudadanos.

6. Ejercicio de derechos a través del Servicio de Lista Robinson

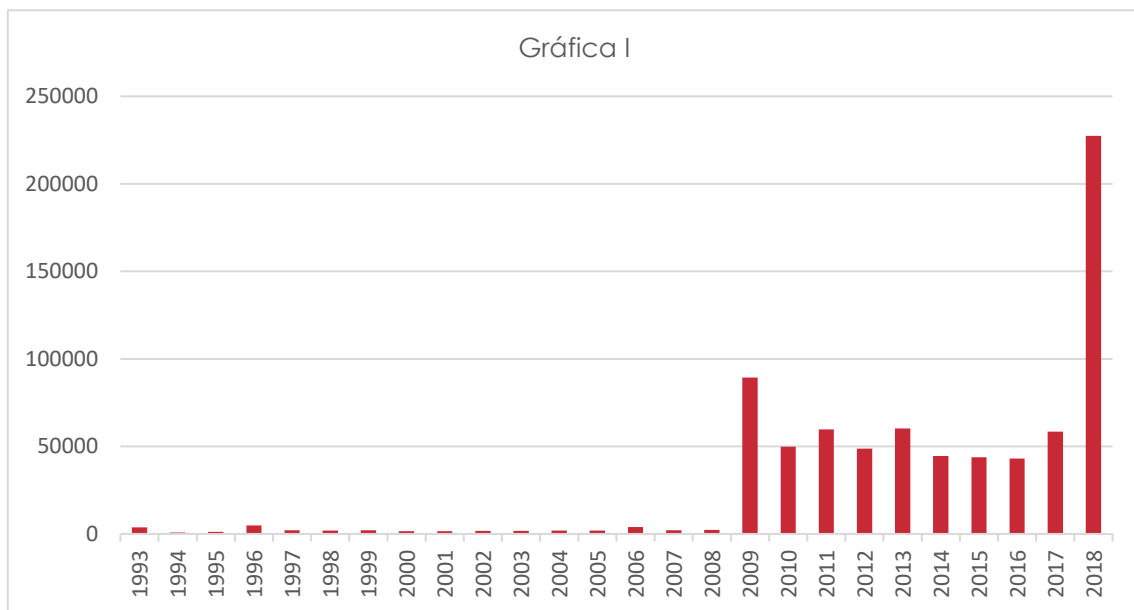
Desde la implantación del mecanismo que permite a los ciudadanos revocar su consentimiento para la recepción de llamadas publicitarias directamente a través del Servicio en el año 2009, Adigital ha gestionado más de 400.000 solicitudes de los ciudadanos. Nutriéndose de esta experiencia, Adigital ha preparado la nueva plataforma para que se pueda conectar con el próximo servicio de mediación en protección de datos de Adigital, que permitirá a los usuarios ejercer no sólo el derecho de revocación del consentimiento frente a las entidades adheridas, sino cualquiera de los derechos reconocidos en el RGDP.

Si bien la actual plataforma del Servicio de Lista Robinson ya está internamente preparada para la conexión con el nuevo servicio, este no entrará en funcionamiento hasta la aprobación del correspondiente código de conducta por parte de la Agencia Española de Protección de Datos.

7. El Servicio de Lista Robinson, en números

Como muestra del cumplimiento de los objetivos de los Premios por parte del Servicio de Lista Robinson en cuanto a la difusión de la cultura de protección de datos y el impacto del Servicio en misma, a continuación, se presentan una serie de gráficos en los que se recoge la significativa evolución en cifras del Servicio de Lista Robinson.

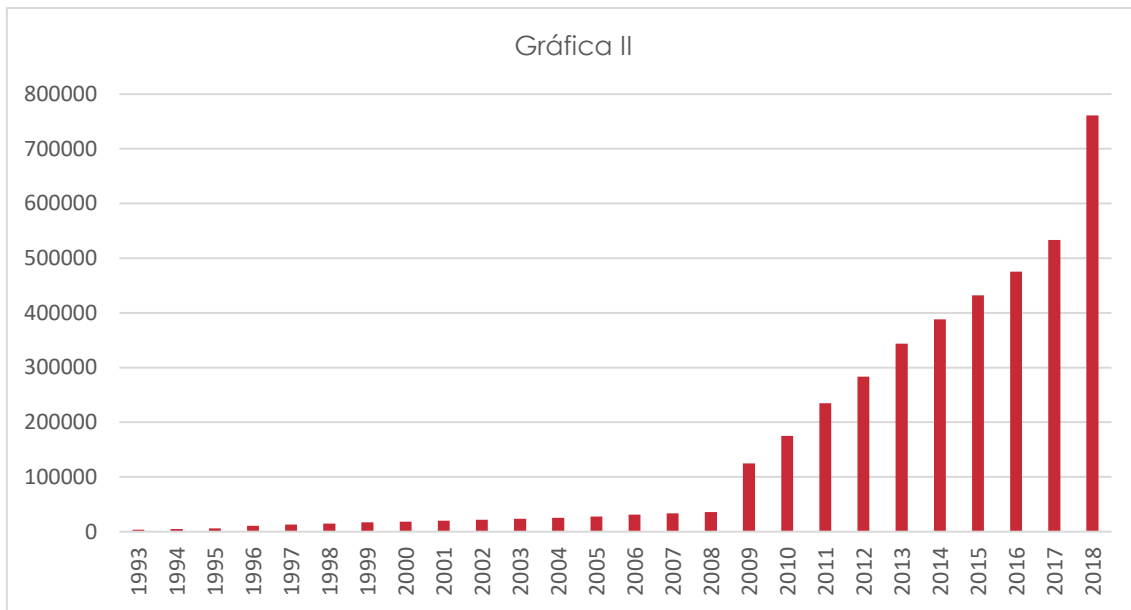
7.1. Histórico de altas de ciudadanos



En la Gráfica I se reflejan las nuevas altas, año a año, en la Lista Robinson desde su creación en 1993. Como puede verse, se aprecian dos momentos en los que hubo un incremento importante del número de ciudadanos inscritos en 2009, con 83.000, y en 2018, con 227.000 nuevos usuarios a mediados de noviembre.

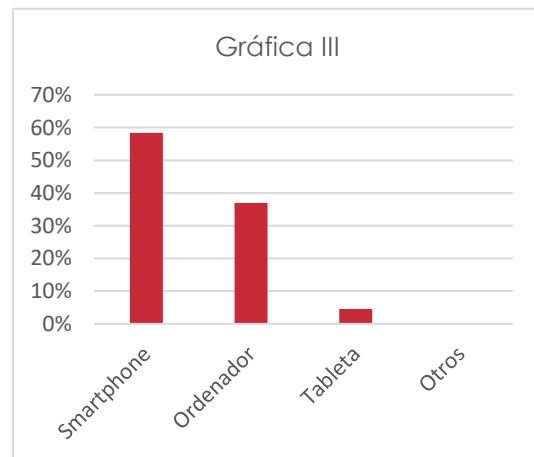
El primer incremento se produce en el año 2009, con la adaptación al RLOPD, cuando se publicó la primera plataforma online y se introdujeron los canales para comunicaciones por teléfono, por correo electrónico y por SMS, MMS y similares.

El segundo, en el año 2018, se origina como consecuencia de la aplicación del RGPD, lo que produjo un importante impacto mediático al publicitarse la nueva plataforma online, y a la simplificación de la navegación, las mejoras de accesibilidad y la plena compatibilidad con dispositivos móviles.



El incremento habido este año ha provocado, como puede verse en la Gráfica II, un ritmo de nuevas inscripciones un 400% mayor que en 2017, lo que a mediados de noviembre ya supone un aumento del número de ciudadanos inscritos del 45% en 2018: en febrero de 2018, había unos 530.000 ciudadanos dados de alta en la Lista Robinson, a mediados de noviembre ya hay inscritos más de 760.000 y la previsión para final de 2018 es que se alcancen los 800.000.

La adaptación de la plataforma a las pantallas de los móviles ha acercado la Lista Robinson a los ciudadanos, que ahora pueden darse de alta o modificar la información facilitada desde cualquier lugar. Esto ha sido un elemento clave en el incremento de ciudadanos inscritos: como se puede observar en la Gráfica III, un 58% del total son altas realizadas desde un dispositivo móvil, seguidas de las realizadas desde el ordenador tradicional, con un 37%, y desde las tabletas, con un 4%.

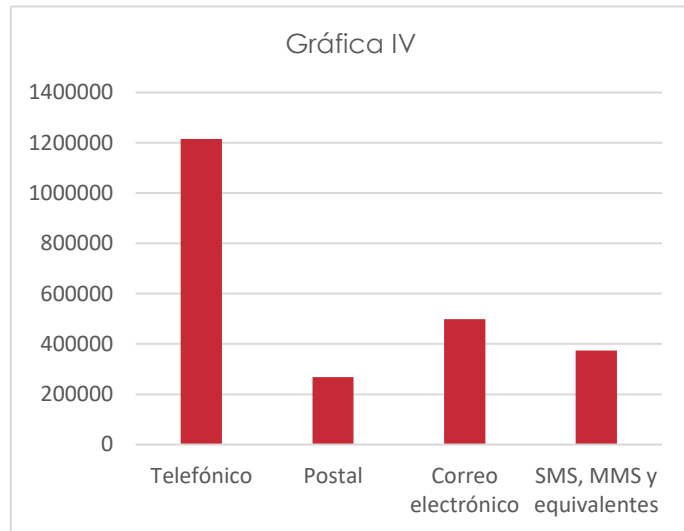


En la actualidad, el tiempo medio invertido por un ciudadano para informarse, inscribirse, darse de alta en los canales y ejercer, en su caso, el derecho de revocación del consentimiento para las llamadas telefónicas, es de menos de 5 minutos.

En definitiva, la adaptación al RGPD y las mejoras introducidas en la nueva plataforma han permitido que en solo un año se haya incrementado el número total de ciudadanos inscritos en la Lista Robinson más de un 45%.

7.2. Canales publicitarios

Como se puede observar en la Gráfica IV, con una gran diferencia, el canal publicitario con más ciudadanos inscritos para no recibir publicidad es el telefónico, con más de 1.200.000 números de teléfono.



Al canal telefónico le sigue, como medio con más ciudadanos inscritos para no recibir publicidad, el canal de correo electrónico, con casi 500.000 registros.

El canal de SMS, MMS y sistemas similares, cuenta con 370.000 números de teléfono y, por último, el canal postal cuenta con algo menos de 270.000.

7.3. Servicio de atención a ciudadanos y entidades

Adigital dispone de un servicio de atención telefónico y por correo electrónico para los ciudadanos y a las entidades interesadas. En ambos casos, la atención es prestada de forma directa por personal de Adigital especialmente formado.

A través del número de teléfono de contacto, Adigital atiende una media de 312 consultas mensuales de los ciudadanos con una duración media de 9 minutos y, a través de correo electrónico, una media de unas 362 consultas mensuales. Las dudas más frecuentes que presentan los ciudadanos se refieren esencialmente a:

- Información general sobre el Servicio de Lista Robinson.
- Cómo actualizar la dirección de correo electrónico asociada a su registro.
- Cómo proceder si sigue recibiendo publicidad tras inscribirse en la Lista Robinson.
- Consulta sobre el proceso de inscripción y alta en los distintos canales.

En cada revisión de la plataforma se han tenido en cuenta las consultas más habituales realizadas por los ciudadanos con la finalidad de mejorar y facilitar el acceso al Servicio de Lista Robinson.

Respecto a las entidades, a través de teléfono Adigital atiende una media de 124 consultas de entidades al mes, con una duración media de 24 min y, por correo electrónico, unas 96. Las consultas más frecuentes, son:

- Consulta sobre la adhesión al Servicio de Lista Robinson.
- Actualización de los datos de acceso a la plataforma.
- Consultas legales o técnicas relacionadas con el Servicio de Lista Robinson.
- Cómo realizar la depuración.

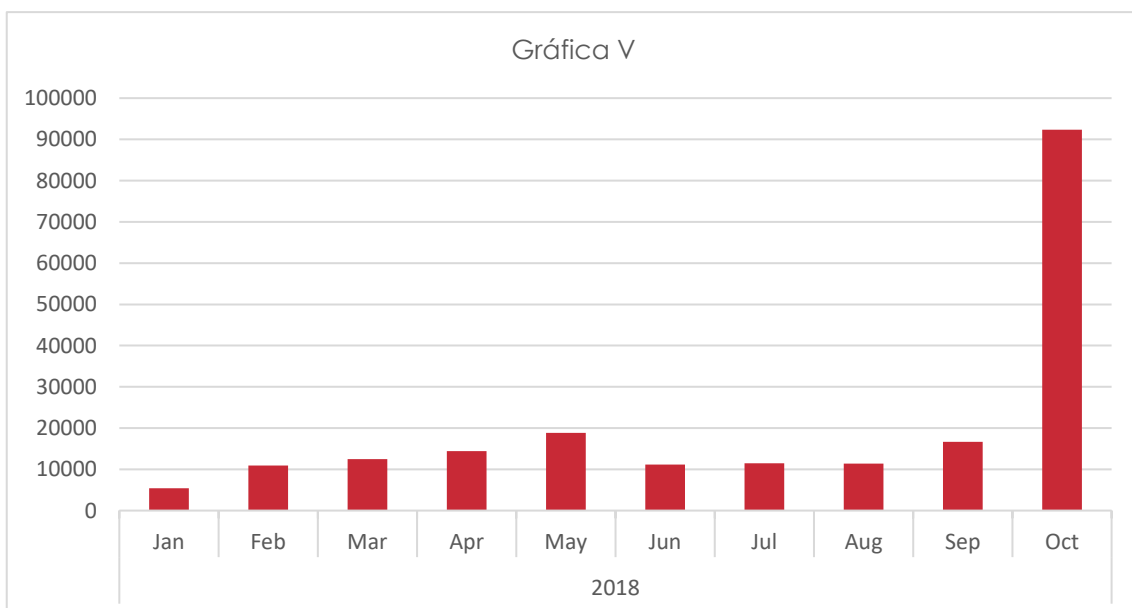
Adigital pone un especial esfuerzo en asistir a las entidades, especialmente a las PYME, para que puedan dar un correcto cumplimiento a la obligación de consulta del Servicio.

7.4. La Lista Robinson en los medios y las redes sociales

Como forma de contribución a la creación de una cultura de protección de datos y su difusión creemos que es importante destacar la alta presencia del Servicio en los medios de comunicación.

Desde la publicación de la nueva plataforma a inicios de este año, el Servicio de Lista Robinson ha sido mencionado en más de 100 artículos en los medios a lo largo de 2018, ha aparecido en los telediarios de las principales cadenas de televisión y ha sido comentado en diversas locuciones de radio.

Como resultado de la amplia difusión que ha tenido el Servicio, y en combinación con las mejoras ya comentadas como la adaptación a dispositivos móviles, a lo largo de 2018 se han producido momentos de gran incremento de nuevas altas de ciudadanos, como se puede observar en la Gráfica V, especialmente en los meses de febrero, mayo y octubre.



El 1 de febrero hubo el primer incremento importante como consecuencia de la entrada en funcionamiento la nueva plataforma, lo que duplicó el ritmo de altas debido fundamentalmente al nuevo diseño y a su plena compatibilidad con dispositivos móviles.

El 25 de mayo, la Directora de la Agencia Española de Protección de Datos participa en una entrevista realizada por Carlos Herrera en su programa de radio en la COPE² e invita a los ciudadanos a inscribirse en la Lista Robinson, así como a las entidades a consultarla. Este día, más de 3.000 ciudadanos se dan de alta, frente a los aproximadamente 600 de media que se venían dando de alta desde febrero, cinco veces más de lo habitual.

Finalmente, el incremento ocurrido en el mes de octubre se debe a la difusión en los medios de comunicación³ de la ratificación por parte de la Audiencia Nacional de dos sanciones impuestas por la Agencia Española de Protección de Datos a dos empresas teleoperadoras por realizar llamadas publicitarias a un ciudadano sin haber consultado correctamente la Lista Robinson y a la participación del Adjunto a la Directora de la Agencia Española de Protección de Datos⁴ en el programa radiofónico La Tarde, de la COPE. Esta aparición en los medios provocó un incremento de casi 60.000 nuevas inscripciones en una única semana.

El Servicio también es difundido permanente por la Agencia Española de Protección de Datos a través de distintas publicaciones, como una grabación permanente del 28 de octubre de 2018 en su podcast⁵ sobre la Lista Robinson, la recomendación sobre la inscripción en el servicio que figura en la sección de información sobre publicidad de su página web⁶ y en sus infografías⁷ sobre publicidad.

El Servicio de Lista Robinson también aparece con frecuencia en las redes sociales, destacando Twitter⁸, con una media de unas 25 menciones diarias.

7.5. Derechos de oposición (revocación)

Desde el año 2009 Adigital facilita a los ciudadanos, como complemento al servicio de exclusión publicitaria y siguiendo las indicaciones del órgano de

² https://www.cope.es/programas/herrera-en-cope/audios/mar-espana-20180525_502445

³ https://elpais.com/economia/2018/10/05/actualidad/1538753966_543781.html (Edición Rev. 9/10/2018)

⁴ https://www.cope.es/programas/la-tarde/entrevistas-y-reportajes/audios/mas-eficaz-para-evitar-las-llamadas-inscribirse-lista-robinson-20181009_554998

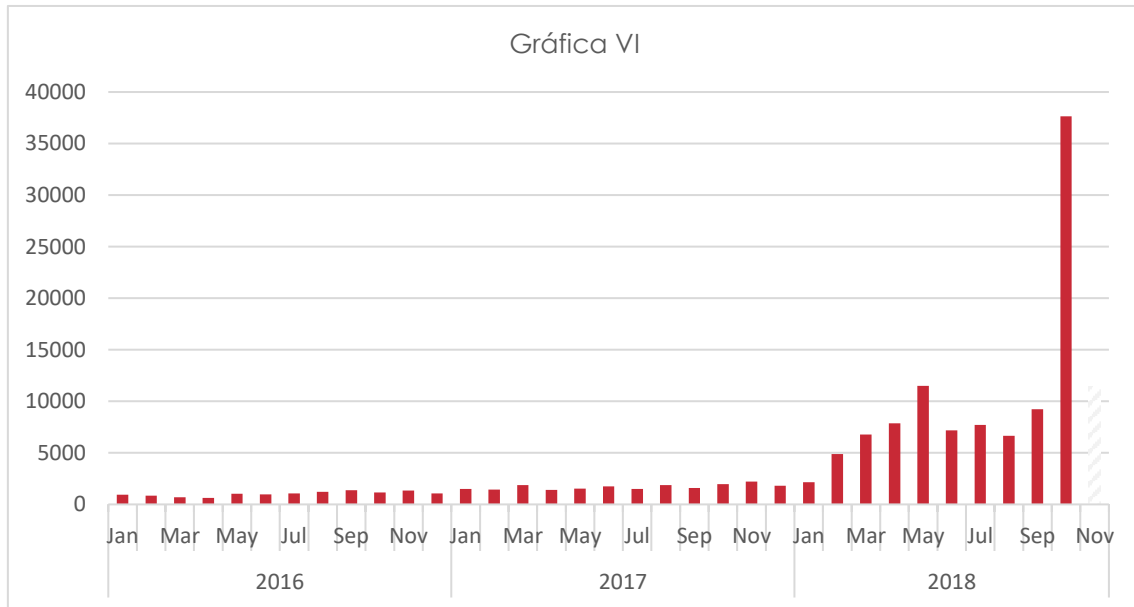
⁵ <http://www.rtve.es/alacarta/audios/protegemos-tu-privacidad/protegemos-tu-privacidad-publicidad-directa-28-10-18/4812980/>

⁶ <https://www.aepd.es/areas/publicidad/index.html>

⁷ <https://www.aepd.es/blog/2018-07-26.html>

⁸ <https://twitter.com/search?f=tweets&q=%22lista%20robinson%22%20OR%20listarobinson>

control, el servicio de revocación del consentimiento para la recepción de llamadas publicitarias, que permite a los ciudadanos comunicar a las entidades adheridas que deseen, directamente a través de la plataforma, su interés en no recibir este tipo de llamadas.



Desde 2016, **Adigital ha gestionado más de 140.000 derechos de revocación del consentimiento**. En la Gráfica VI se representan, mes a mes, la progresión de oposiciones de los ciudadanos desde enero de 2016 hasta mediados de noviembre de 2018, siendo el mes de octubre de 2018 el mes con mayor número de solicitudes, 37.627.

Anexo:

Reglamento del Servicio de Lista Robinson⁹

⁹ En el momento de presentación de esta memoria, 30 de noviembre de 2018, el Reglamento del Servicio recogido en este anexo se encuentra pendiente de aprobación por la AEPD por lo que puede experimentar alguna variación antes de su aprobación final.



adigital

REGLAMENTO DEL SERVICIO DE LISTA
ROBINSON

ÍNDICE

Título I.- De las disposiciones generales.....	4
Artículo 1.- Del objeto	4
Artículo 2.- Del ámbito de aplicación y del ámbito territorial.....	4
Artículo 3.- De las definiciones.....	4
Artículo 4.- De las notificaciones enviadas por el Servicio de Lista Robinson.....	5
Artículo 5.- De la acreditación de la identidad de los usuarios	5
Título II.- Del ámbito subjetivo.....	5
Capítulo I.- De la gestora del Servicio de Lista Robinson	5
Artículo 6.- De la gestora del Servicio de Lista Robinson	5
Artículo 7.- De las funciones de la gestora.....	6
Artículo 8.- De los derechos y las facultades de la gestora	6
Artículo 9.- De las obligaciones de la gestora	6
Capítulo II.- De los ciudadanos	7
Sección I.- De los ciudadanos	7
Artículo 10.- De los ciudadanos.....	7
Artículo 11.- De la solicitud de inclusión de los ciudadanos	7
Artículo 12.- Obligaciones de los ciudadanos	7
Artículo 13.- Derechos de los ciudadanos.....	7
Sección II.- De los representantes de los ciudadanos	8
Artículo 14.- De los representantes de los ciudadanos.....	8
Artículo 15.- De las obligaciones de los representantes de los ciudadanos	8
Artículo 16.- Derechos de los representantes de los ciudadanos.....	8
Capítulo III.- De las entidades adheridas.....	8
Sección I.- De las entidades adheridas	8
Artículo 17.- De las entidades adheridas	8
Artículo 18.- De la adhesión de entidades	9
Artículo 19.- Obligaciones de las entidades adheridas	9
Sección II.- De los representantes de las entidades adheridas.....	10
Artículo 20.- De los representantes de las entidades adheridas	10
Artículo 21.- Obligaciones de los representantes de las entidades adheridas	10
Artículo 22.- Derechos de los representantes de las entidades adheridas.....	10
Artículo 23.- Cambio de representante de una entidad adherida	10
Sección III.- De los autorizados por las entidades adheridas	11

Artículo 24.- De los autorizados por las entidades adheridas.....	11
Artículo 25.- Obligaciones de los autorizados por las entidades adheridas	11
Artículo 26.- Derechos de los autorizados por las entidades adheridas.....	11
Artículo 27.- De la revocación de la autorización.....	11
Título III.- Del funcionamiento del Servicio	11
Sección I.- De las disposiciones generales.....	11
Artículo 28.- De las cuotas de las entidades adheridas y los modos de acceso.....	11
Artículo 29.- De la modificación de las condiciones de prestación del Servicio	12
Sección II.- Del derecho de oposición general	12
Artículo 30.- Del contenido de la Lista Robinson	12
Artículo 31.- De la inscripción de los ciudadanos en los canales	12
Artículo 32.- Del acceso de las entidades adheridas a la Lista Robinson	12
Sección III.- De la revocación del consentimiento.....	13
Artículo 33.- De la revocación del consentimiento para comunicaciones comerciales..	13
Artículo 34.- De la recepción de la revocación del consentimiento	13
Sección IV.- De la reclamación de un ciudadano	13
Artículo 35.- De la reclamación de un ciudadano	13
Artículo 36.- Del procedimiento de resolución de conflictos.....	13
Título IV.- Del uso de las marcas acreditativas.....	14
Artículo 37.- De las marcas acreditativas	14
Artículo 38.- Del uso de las marcas acreditativas	14
Disposición derogatoria única.....	14
ANEXO I.- Reglas de depuración y estructura de los canales.....	15
Preámbulo	15
Sección I.- Disposiciones generales.....	16
Artículo 1.- Definiciones	16
Artículo 2.- Modalidades de comparación	17
Artículo 3.- Regla de normalización de datos de texto	17
Artículo 4.- Regla de normalización de números de teléfono.....	18
Artículo 5.- Regla de normalización de direcciones de correo electrónico.....	18
Artículo 6.- Regla de normalización de números de portales	19
Artículo 7.- Códigos de provincias del Instituto Nacional de Estadística	19
Sección II.- Depuración universal a través del documento identificativo	20
Artículo 8.- Requisitos para la depuración mediante documento identificativo	20
Artículo 9.- Comparación de documentos identificativos.....	21
Sección III.- Depuración del canal telefónico	21

Artículo 10.- Depuración del canal telefónico.....	21
Artículo 11.- Estructura de los datos en el canal telefónico	21
Artículo 12.- Modalidades de depuración.....	21
Artículo 13.- Algoritmo de comparación completa.....	21
Artículo 14.- Algoritmo de comparación simplificada.....	22
Sección IV.- Depuración del canal de correo electrónico.....	22
Artículo 15.- Depuración del correo electrónico.....	22
Artículo 16.- Estructura de los datos en el canal de correo electrónico	22
Artículo 17.- Algoritmo de comparación.....	22
Sección V.- Depuración del canal de SMS, MMS y equivalentes	22
Artículo 18.- Depuración del canal de SMS, MMS y equivalentes	22
Artículo 19.- Estructura de los datos en el canal de SMS, MMS y equivalentes.....	23
Artículo 20.- Algoritmo de comparación.....	23
Sección VI.- Depuración del canal de correo postal.....	23
Artículo 21.- Depuración del canal de correo postal.....	23
Artículo 22.- Estructura de los datos en el canal de correo postal	23
Artículo 23.- Algoritmo de comparación.....	24

Título I.- DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- DEL OBJETO

El presente Reglamento tiene por objeto determinar las normas de funcionamiento y actuación para la prestación del Servicio de Lista Robinson, consistente en un sistema de exclusión publicitaria a través del cual las entidades adheridas pueden dar cumplimiento a la obligación de excluir de sus comunicaciones comerciales a los ciudadanos inscritos en ella con la finalidad de no recibir comunicaciones comerciales, de acuerdo con lo establecido en presente Reglamento y en la normativa aplicable.

Artículo 2.- DEL ÁMBITO DE APLICACIÓN Y DEL ÁMBITO TERRITORIAL

Este Reglamento se aplica:

- a) a las entidades que estén obligadas por la normativa aplicable a consultar el Servicio o decidan hacerlo voluntariamente, independientemente del tipo de entidad o de su localización geográfica;
- b) a los ciudadanos residentes en el territorio español que deseen inscribirse en el Servicio;
- c) a la gestora del Servicio.

Artículo 3.- DE LAS DEFINICIONES

A los efectos del presente Reglamento, se tendrán en cuenta las definiciones del artículo 4 del Reglamento (UE) 2016/679 General de Protección de Datos, las de la Ley Orgánica de Protección de Datos y las de las normas que, en su caso, las sustituyan o desarrollen, así como las siguientes:

- a) **Servicio**: el Servicio de Lista Robinson.
- b) **Lista**: directorio de información separado por canales y elaborado con los datos facilitados por los ciudadanos para realizar la exclusión objeto del Servicio.
- c) **Canal**: medio a través del cual se realizan comunicaciones comerciales. La Lista se divide en cuatro canales: telefónico, correo electrónico, correo postal y SMS, MMS y equivalentes.
- d) **Comunicación comercial**: llamada o envío con finalidad publicitaria dirigida a un destinatario a favor de un anunciante y realizada por éste mismo o por un tercero.
- e) **Anunciante**: entidad en beneficio de la cual se realiza una comunicación comercial.
- f) **Gestora**: entidad encargada de la gestión del Servicio.
- g) **Usuarios**: personas físicas o jurídicas que acceden al Servicio. Son los ciudadanos, sus representantes, las entidades adheridas y sus representantes o autorizados.
- h) **Ciudadano**: interesado que solicita su inclusión voluntaria en el Servicio, por sí misma o a través de su representante legal, con la finalidad de evitar la recepción de comunicaciones comerciales de acuerdo con lo establecido en presente Reglamento y en la normativa aplicable.
- i) **Representante de un ciudadano**: persona física que, actuando como representante legal de otra, solicita la inclusión de un ciudadano en el Servicio.

- j) **Entidad adherida:** entidad con ánimo o sin ánimo de lucro, de derecho público o privado, adherida al Servicio con la finalidad de excluir a los ciudadanos de las comunicaciones comerciales que realice.
- k) **Representante de la entidad adherida:** persona de contacto designada por la entidad adherida responsable de velar por el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente reglamento y en el contrato de prestación del Servicio.
- l) **Autorizado de la entidad adherida:** persona autorizada por la entidad adherida para acceder al Servicio en su nombre.
- m) **Marcas acreditativas del Servicio de Lista Robinson:** marcas gráficas o denominativas que permiten a las entidades adheridas hacer pública su adhesión al Servicio y, en su caso, cumplimiento de determinados requisitos de acuerdo con las condiciones establecidas en este Reglamento o en cualquier otra norma que lo desarrolle.

Artículo 4.- DE LAS NOTIFICACIONES ENVIADAS POR EL SERVICIO DE LISTA ROBINSON

El correo electrónico es el mecanismo de notificación ordinario del Servicio. Las notificaciones realizadas por la gestora del Servicio a las direcciones de correo electrónico facilitadas por los usuarios como medio de contacto se considerarán correctamente enviadas y entregadas. La gestora no estará obligada a recurrir a ningún otro medio de comunicación para realizar notificaciones.

Artículo 5.- DE LA ACREDITACIÓN DE LA IDENTIDAD DE LOS USUARIOS

Sin perjuicio de otros medios que la gestora pueda establecer, según las circunstancias, la identidad de los usuarios que sean personas físicas se entenderá suficientemente acreditada, con ocasión:

1. Del proceso de inscripción, cuando aporten el número de documento nacional de identidad o, cuando así lo permita el proceso, cualquier otro número de documento de análoga naturaleza;
2. Del uso del Servicio a través de la página web mediante el inicio de sesión, utilizando el identificador de usuario y la contraseña que hubiese establecido durante el proceso de inscripción;
3. De cualquier otro momento, aportando el documento nacional de identidad o cualquier otro documento de análoga naturaleza aceptado por la gestora, de forma física o digital.

Título II.- DEL ÁMBITO SUBJETIVO

Capítulo I.- DE LA GESTORA DEL SERVICIO DE LISTA ROBINSON

Artículo 6.- DE LA GESTORA DEL SERVICIO DE LISTA ROBINSON

La entidad gestora del Servicio es la Asociación Española de la Economía Digital.

Artículo 7.- DE LAS FUNCIONES DE LA GESTORA

La gestora tiene por objeto la prestación del Servicio a los usuarios de acuerdo con lo establecido en este Reglamento, en la normativa de protección de datos aplicable y en el contrato de prestación del Servicio.

Artículo 8.- DE LOS DERECHOS Y LAS FACULTADES DE LA GESTORA

La gestora podrá:

1. Solicitar información adicional a los usuarios cuando considere que hay indicios suficientes para sospechar que los datos aportados puedan ser falsos o inexactos o que su solicitud tenga una finalidad ilícita, engañosa o maliciosa, cuando sospeche que se vaya a hacer un uso fraudulento del Servicio o cuando haya incumplido las obligaciones que le sean exigibles.
2. Revocar o rechazar la inscripción, adhesión o limitar el acceso de un usuario en los supuestos establecidos en el párrafo anterior cuando incumplan las obligaciones establecidas en este Reglamento, en la normativa que lo desarrolle, en el Reglamento (UE) 2016/679 u otra normativa aplicable, en el contrato de prestación del Servicio o cuando su actividad suponga un riesgo para la prestación del Servicio.
3. Enviar notificaciones, individuales o colectivas, a los usuarios con la finalidad de comunicar posibles incidencias, cambios, novedades u otra información relevante que afecte a la prestación del Servicio.

Artículo 9.- DE LAS OBLIGACIONES DE LA GESTORA

La promotora deberá:

1. Permitir a los ciudadanos inscribirse en los distintos canales publicitarios establecidos en el Servicio.
2. Garantizar que el Servicio cumpla con los requisitos exigidos en el Reglamento (UE) 2016/679, la Ley Orgánica de Protección de Datos y el resto de normativa aplicable.
3. Garantizar que el Servicio tiene implementadas las medidas de seguridad técnicas y organizativas exigidas por el Reglamento (UE) 2016/679 u otra normativa aplicable.
4. Garantizar la correcta prestación del Servicio a los usuarios.
5. Actualizar el presente Reglamento y las normas que lo desarrollen a las modificaciones del marco legal aplicable que se puedan producir.
6. Aprobar las cuotas aplicables a las entidades adheridas.
7. Expedir el certificado de inscripción o adhesión, según corresponda, cuando el usuario lo solicite a través del procedimiento establecido o cuando lo solicite una administración u otro órgano competente de acuerdo con la legislación aplicable.
8. Motivar debidamente aquellas resoluciones en las que se deniegue o revoque una inscripción o adhesión de un usuario.
9. Diseñar, aprobar y regular el uso de las marcas de confianza acreditativas de la condición de entidad adherida al Servicio o de cumplimiento de determinados requisitos.

Capítulo II.- DE LOS CIUDADANOS

Sección I.- DE LOS CIUDADANOS

Artículo 10.- DE LOS CIUDADANOS

Las personas físicas que a efectos del Reglamento (UE) 2016/679 puedan tener la consideración de interesados podrán solicitar su inclusión en el Servicio como ciudadanos a través de los medios establecidos por la gestora con la finalidad de oponerse a la recepción de comunicaciones comerciales de acuerdo con este Reglamento, las normas que lo desarrollen y demás normativa aplicable.

Artículo 11.- DE LA SOLICITUD DE INCLUSIÓN DE LOS CIUDADANOS

1. Los ciudadanos podrán solicitar su inclusión en el Servicio a través de los procedimientos de inscripción establecidos.
2. La solicitud de inclusión en el Servicio supondrá la aceptación por parte del ciudadano y, en su caso, de su representante, de lo establecido en el presente Reglamento, en las normas que lo desarrollen y en la política de privacidad del Servicio.

Artículo 12.- OBLIGACIONES DE LOS CIUDADANOS

Los ciudadanos y, en su caso, sus representantes, deberán:

1. Aportar todos los datos requeridos en el proceso de inscripción, incluida una dirección de correo electrónico válida y actualizada en la que recibir las notificaciones que la gestora envíe.
2. Aportar la documentación identificativa que, en su caso, solicite la gestora.
3. Aportar únicamente datos veraces, exactos y actuales y comunicar a través de los mecanismos establecidos cualquier cambio que se produzca en los mismos.
4. Comprobar con regularidad la cuenta de correo electrónico facilitada para notificaciones y, en su caso, responder adecuadamente a las notificaciones que se realicen.
5. Aportar toda la información que le sea requerida en caso que presente una reclamación como consecuencia de recibir una comunicación comercial.
6. Notificar a la gestora, sin dilación indebida, los posibles errores o fallos de seguridad que pudiese encontrar durante el uso del Servicio, comprometiéndose a no hacerlos públicos ni a explotarlos de forma que pudiese afectar a la seguridad, disponibilidad o confidencialidad de los datos.

Artículo 13.- DERECHOS DE LOS CIUDADANOS

Los ciudadanos, sin perjuicio de aquellos derechos que les atribuye la normativa aplicable, tienen derecho a:

1. Solicitar su inclusión en el Servicio de acuerdo con los términos establecidos en este Reglamento, en las normas que lo desarrollen y en la normativa aplicable.

2. Inscribirse en los distintos canales publicitarios para no recibir comunicaciones comerciales de acuerdo con lo establecido en este Reglamento, en las normas que lo desarrollen y en la normativa aplicable.
3. Ejercer a través del Servicio su derecho de oposición o de revocación de consentimiento al tratamiento de sus datos personales para el envío de comunicaciones comerciales frente a una entidad adherida, en los términos establecidos en este Reglamento y en la legislación aplicable.

Sección II.- DE LOS REPRESENTANTES DE LOS CIUDADANOS

Artículo 14.- DE LOS REPRESENTANTES DE LOS CIUDADANOS

Las personas físicas podrán actuar como representantes legales de los ciudadanos ante el Servicio, siempre y cuando, el ciudadano lo haya autorizado o el representante esté legalmente habilitado. Los representantes podrán ejercer en nombre del representado todos los derechos que este Reglamento, las normas que lo desarrollen o la normativa aplicable reconocen al ciudadano usuario del Servicio.

Artículo 15.- DE LAS OBLIGACIONES DE LOS REPRESENTANTES DE LOS CIUDADANOS

Los representantes de los ciudadanos deberán:

1. Actuar únicamente en interés el ciudadano al que representan y, cuando estos tengan suficiente capacidad, de acuerdo con su mandato.
2. Inscribir adecuadamente a los ciudadanos que represente a través de los medios establecidos.
3. Acreditar su capacidad de representación, cuando la gestora lo solicite.
4. Observar las mismas obligaciones establecidas que les son exigibles a los ciudadanos.

Artículo 16.- DERECHOS DE LOS REPRESENTANTES DE LOS CIUDADANOS

Los representantes de los ciudadanos podrán solicitar a la gestora, en calidad de interesados, el ejercicio de los derechos que la normativa aplicable les atribuya.

Capítulo III.- DE LAS ENTIDADES ADHERIDAS

Sección I.- DE LAS ENTIDADES ADHERIDAS

Artículo 17.- DE LAS ENTIDADES ADHERIDAS

Las entidades adheridas, que de acuerdo con el Reglamento (UE) 2016/679 puedan ser consideradas responsables o encargadas del tratamiento de datos con la finalidad de realizar comunicaciones comerciales, ya sea en interés propio o de un tercero, podrán solicitar su adhesión al Servicio como entidades adheridas.

Artículo 18.- DE LA ADHESIÓN DE ENTIDADES

1. Las entidades podrán solicitar su adhesión en el Servicio mediante representante a través de los medios de adhesión establecidos.
2. La solicitud de adhesión al Servicio supondrá la aceptación por parte de la entidad y de su representante de lo establecido en el presente Reglamento, en las normas que lo desarrollen y en la política de privacidad del Servicio.

Artículo 19.- OBLIGACIONES DE LAS ENTIDADES ADHERIDAS

Las entidades adheridas deberán:

1. Aportar toda la información requerida en el proceso de adhesión, incluida una dirección de correo electrónico válida y actualizada en la que recibir las notificaciones que la gestora envíe.
2. Nombrar un representante durante la solicitud de adhesión que represente a la entidad ante la gestora y proporcionar una dirección de correo electrónico válida y actualizada en la que pueda recibir las notificaciones que la gestora le envíe.
3. Aportar únicamente datos veraces, exactos y actuales y comunicar a través de los mecanismos establecidos cualquier cambio que se produzca en los mismos.
4. Garantizar que cualquier dato de carácter personal al que la entidad pudiera tener acceso como consecuencia del uso del Servicio sea tratado por personas con los conocimientos y pericia necesarios en materia de protección de datos.
5. Disponer de las medidas de seguridad técnicas y organizativas necesarias y, en todo caso, al menos las exigidas por el Reglamento (UE) 2016/679 u otra normativa aplicable a fin de para garantizar la confidencialidad y el correcto tratamiento de los datos de carácter personal a los que la entidad tenga acceso como consecuencia del uso del Servicio.
6. Tratar los datos de carácter personal a los que tenga acceso como consecuencia del uso del Servicio de acuerdo con lo dispuesto en este Reglamento, en las normas que lo desarrollen, en la normativa aplicable y en el contrato de prestación del Servicio.
7. Aportar la información necesaria cuando la gestora se lo solicite como consecuencia de haber recibido una reclamación de un ciudadano usuario del Servicio que haya recibido una comunicación comercial.
7. Atender debidamente a las notificaciones enviadas por la gestora.
8. Satisfacer las cuantías debidas en tiempo y en forma.
9. Informar sobre la existencia del Servicio de Lista Robinson, su finalidad y desde dónde se puede realizar la inscripción, cuando los interesados le manifiesten su oposición o revocación del consentimiento al tratamiento de sus datos para la realización de comunicaciones comerciales, además de dar debido cumplimiento a la solicitud realizada.
10. Notificar a la gestora, sin dilación indebida, los posibles errores o fallos de seguridad que pudiese encontrar durante el uso del Servicio, comprometiéndose a no hacerlos públicos ni a explotarlos de forma que pudiese afectar a la seguridad, disponibilidad o confidencialidad de los datos.
11. Notificar a la gestora, sin dilación indebida, las violaciones de seguridad que afectasen o pudiesen haber afectado a la información obtenida como resultado del uso del Servicio. Dicha notificación deberá contener, como mínimo:

- a. describir la naturaleza de la violación de la seguridad, inclusive, cuando sea posible, el número aproximado de ciudadanos afectados;
 - b. comunicar el nombre y los datos de contacto del delegado de protección de datos o de otro punto de contacto en el que pueda obtenerse más información;
 - c. describir las posibles consecuencias de la violación de seguridad;
 - d. describir las medidas adoptadas o propuestas para poner remedio a la violación de seguridad incluyendo, si procede, las medidas adoptadas para mitigar los posibles efectos negativos.
12. Cumplir con las obligaciones específicas según la modalidad de acceso al Servicio solicitada.

Sección II.- DE LOS REPRESENTANTES DE LAS ENTIDADES ADHERIDAS

Artículo 20.- DE LOS REPRESENTANTES DE LAS ENTIDADES ADHERIDAS

Las entidades adheridas estarán representadas por personas físicas, que actuarán ante el Servicio en su nombre.

Artículo 21.- OBLIGACIONES DE LOS REPRESENTANTES DE LAS ENTIDADES ADHERIDAS

Los representantes de las entidades adheridas, deberán:

1. Disponer de los conocimientos y pericia necesarios en materia de protección de datos para desempeñar debidamente sus funciones de representación de la entidad adherida.
2. Aportar todos los datos requeridos durante el proceso de adhesión de la entidad, incluida una dirección de correo electrónico válida y actualizada en la que recibir las notificaciones que la gestora envíe.
3. Aportar la documentación identificativa que, en su caso, solicite la gestora.
4. Aportar únicamente datos veraces, exactos y actuales y comunicar a través de los mecanismos establecidos cualquier cambio que se produzca en los mismos.
5. Acceder y usar el Servicio según las instrucciones recibidas por la entidad adherida y la gestora.
6. Comprobar con regularidad la cuenta de correo electrónico facilitada para notificaciones y, en su caso, responder adecuadamente a las mismas.
7. Observar las obligaciones establecidas para la entidad adherida que le sean exigibles y, en especial, las relativas a la confidencialidad de los datos a los que pudiese tener acceso como consecuencia de la utilización del Servicio.

Artículo 22.- DERECHOS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS ENTIDADES ADHERIDAS

Los representantes de las entidades adheridas podrán solicitar a la gestora, en calidad interesados, el ejercicio de los derechos que la normativa aplicable les atribuya.

Artículo 23.- CAMBIO DE REPRESENTANTE DE UNA ENTIDAD ADHERIDA

Cuando una entidad adherida requiera cambiar de representante, lo comunicará a la gestora a través de los procedimientos establecidos.

Sección III.- DE LOS AUTORIZADOS POR LAS ENTIDADES ADHERIDAS

Artículo 24.- DE LOS AUTORIZADOS POR LAS ENTIDADES ADHERIDAS

1. Las entidades adheridas podrán autorizar a personas físicas a acceder al Servicio en su nombre cuando la gestora haya establecido procesos a tal efecto.
2. Los autorizados accederán al Servicio en los términos fijados por la entidad adherida y de acuerdo con los procesos establecidos por la gestora.

Artículo 25.- OBLIGACIONES DE LOS AUTORIZADOS POR LAS ENTIDADES ADHERIDAS

Los autorizados por las entidades adheridas deberán observar las mismas obligaciones que las establecidas para los representantes de las entidades adheridas previstas en este reglamento.

Artículo 26.- DERECHOS DE LOS AUTORIZADOS POR LAS ENTIDADES ADHERIDAS

Los autorizados por las entidades adheridas podrán solicitar a la gestora, en calidad interesados, el ejercicio de los derechos que la normativa aplicable les atribuya.

Artículo 27.- DE LA REVOCACIÓN DE LA AUTORIZACIÓN

Cuando una entidad adherida requiera revocar una autorización, lo comunicará a la gestora a través de los procedimientos establecidos.

Título III.- DEL FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO

Sección I.- DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 28.- DE LAS CUOTAS DE LAS ENTIDADES ADHERIDAS Y LOS MODOS DE ACCESO

1. A fin de contribuir al sostenimiento del Servicio, las entidades adheridas deberán aportar periódicamente las cuotas aprobadas por la gestora.
2. La gestora garantizará que las cuotas de adhesión de las entidades al Servicio sean proporcionales, distribuidas en función de su capacidad económica, la modalidad de acceso y el uso realizado del mismo.
3. En atención al interés público general, siempre y cuando no comprometa la viabilidad del Servicio, la gestora podrá establecer cuotas reducidas o gratuitas para entidades de categorías especiales.
4. La gestora podrá llegar a acuerdos específicos con entidades cuando considere que resulta en beneficio del Servicio, siempre y cuando no comprometa su viabilidad.
5. La gestora podrá establecer cuotas especiales para las empresas a ella asociadas.

Artículo 29.- DE LA MODIFICACIÓN DE LAS CONDICIONES DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La gestora podrá modificar las condiciones de la prestación del Servicio siempre y cuando lo notifique con un preaviso de, al menos, un mes, transcurrido el cual se entenderán aceptadas por los usuarios; sin perjuicio de que pudiese establecerse un plazo distinto para las entidades adheridas en el contrato de prestación del Servicio.

Sección II.- DEL DERECHO DE OPOSICIÓN GENERAL

Artículo 30.- DEL CONTENIDO DE LA LISTA ROBINSON

1. La Lista Robinson se encuentra dividida en canales publicitarios.
2. Cada canal publicitario de la Lista Robinson contiene los datos necesarios para que una entidad adherida pueda, siguiendo las reglas de exclusión, excluir a los ciudadanos inscritos de las comunicaciones comerciales que realice.
3. Cada canal puede tener asociado varias reglas de exclusión válidas.
4. Los datos incluidos en cada canal serán los proporcionados por los ciudadanos o por sus representantes durante el proceso de inscripción establecido y se considerarán exactos y veraces.

Artículo 31.- DE LA INSCRIPCIÓN DE LOS CIUDADANOS EN LOS CANALES

1. El Servicio permite a los ciudadanos inscribirse en los canales publicitarios a través de los mecanismos establecidos, indicando los datos necesarios para la posterior exclusión.
2. Ni la gestora ni las entidades adheridas serán responsables de los errores o ineficacia de la exclusión cuando estos se deban a datos inexactos o falsos facilitados por el ciudadano o su representante o a cualquier otro error causado por estos.
3. Lo indicado en el apartado anterior se entenderá sin perjuicio de las acciones que la gestora o, en su caso, a las entidades adheridas pudieran tener en virtud de la normativa aplicable.
4. La inscripción en un canal publicitario será plenamente efectiva transcurridos dos meses desde la inscripción.

Artículo 32.- DEL ACCESO DE LAS ENTIDADES ADHERIDAS A LA LISTA ROBINSON

1. Las entidades adheridas deberán acceder a la Lista Robinson para excluir de las comunicaciones comerciales que realicen a los ciudadanos inscritos.
2. Las entidades adheridas podrán tratar la información obtenida por el uso del Servicio durante un periodo de un mes. Transcurrido dicho periodo, deberán suprimir la información obtenida, salvo que deban conservarla bloqueada para la atención de posibles responsabilidades.
3. Las entidades adheridas tratarán la información obtenida por el uso del Servicio de acuerdo con lo dispuesto en este Reglamento, en las normas que lo desarrollen, en la normativa aplicable, especialmente de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2016/679, y en el contrato de prestación del Servicio.
4. Las entidades adheridas deberán adoptar las medidas de seguridad técnicas y organizativas que de acuerdo con el Reglamento (UE) 2016/679 sean exigibles para el tratamiento de la información obtenida por el uso del Servicio.

5. Las entidades adheridas no podrán tratar la información obtenida por el uso del Servicio con una finalidad distinta a la exclusión de los ciudadanos de las comunicaciones comerciales.

Sección III.- DE LA REVOCACIÓN DEL CONSENTIMIENTO

Artículo 33.- DE LA REVOCACIÓN DEL CONSENTIMIENTO PARA COMUNICACIONES COMERCIALES

Los ciudadanos podrán revocar su consentimiento a la recepción de comunicaciones comerciales a través del Servicio frente a aquellas empresas adheridas a las que hubiesen prestado su consentimiento previamente a través de cualquier otra vía.

Artículo 34.- DE LA RECEPCIÓN DE LA REVOCACIÓN DEL CONSENTIMIENTO

1. El Servicio trasladará la solicitud de revocación del ciudadano a la correspondiente entidad adherida a través de una notificación.
2. La entidad adherida deberá cesar el tratamiento respecto del solicitante y deberá comunicarle en el plazo de un mes que ha procedido a cancelar dicho tratamiento.
3. A fin de tramitar la solicitud de revocación, la entidad requerida podrá ponerse en contacto con el ciudadano, suspendiéndose el cómputo del plazo indicado en el apartado anterior mientras este no responda.
4. La gestora establecerá un procedimiento para la gestión de la revocación del consentimiento que se podrá ofrecer de forma diferenciada al Servicio.

Sección IV.- DE LA RECLAMACIÓN DE UN CIUDADANO

Artículo 35.- DE LA RECLAMACIÓN DE UN CIUDADANO

1. Cuando un ciudadano comunique a la gestora a través de los mecanismos establecidos que, habiendo transcurrido el plazo señalado, ha recibido una o varias comunicaciones comerciales de una entidad a través de uno de los canales en los cuales está adecuadamente inscrito, la gestora iniciará un procedimiento con la finalidad de aclarar y resolver la reclamación.
2. Cuando la reclamación se dirija contra una empresa adherida y la gestora lo solicite, la empresa adherida deberá responder a la solicitud y, en su caso, evitar futuros envíos de comunicaciones comerciales al ciudadano.
3. Cuando la reclamación se dirija contra una empresa no adherida al Servicio, la gestora realizará los esfuerzos razonables necesarios para tratar de identificar y trasladarle la reclamación.

Artículo 36.- DEL PROCEDIMIENTO DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

La gestora establecerá un procedimiento de resolución de conflictos para tramitar las reclamaciones que reciba de los ciudadanos, que se podrá ofrecer de forma diferenciada al Servicio.

Título IV.- DEL USO DE LAS MARCAS ACREDITATIVAS

Artículo 37.- DE LAS MARCAS ACREDITATIVAS

1. La gestora podrá diseñar, aprobar y regular el uso de marcas acreditativas de la adhesión al Servicio que permitan demostrar la condición de entidad adherida o el cumplimiento de determinados requisitos.
2. En todo caso, la gestora diseñará, aprobará y regulará, al menos, una marca acreditativa de la adhesión.

Artículo 38.- DEL USO DE LAS MARCAS ACREDITATIVAS

1. Las marcas acreditativas no podrán ser utilizadas de manera que:
 - a. Puedan parecer una marca propia de la entidad adherida.
 - b. Atribuyan una calidad o cualidad específica de los productos o Servicios que preste.
 - c. Perjudique o ponga en duda el prestigio del Servicio.
2. Las entidades no adheridas no podrán hacer uso de las marcas acreditativas.
3. Cuando una entidad adherida deje de ostentar dicha condición, deberá cesar inmediatamente en el uso de las marcas de confianza.
4. Sin perjuicio de las facultades que la legislación aplicable le atribuya, la gestora podrá perseguir legalmente a toda entidad que emplee una marca acreditativa de la adhesión al Servicio de forma contraria a lo estipulado aquí o en las eventuales normas de desarrollo de las marcas acreditativas que pudieran ser aprobadas.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA ÚNICA

1. Queda derogado el Reglamento del Servicio de Lista Robinson vigente hasta la entrada en vigor del presente Reglamento.
2. Toda referencia al Reglamento derogado se entenderá hecha al presente Reglamento del Servicio, incluidas las referencias que figuren en los contratos de prestación del Servicio firmados por las entidades adheridas.

ANEXO I.- REGLAS DE DEPURACIÓN Y ESTRUCTURA DE LOS CANALES

PREÁMBULO

Las reglas de depuración del Servicio de Lista Robinson fueron revisadas y actualizadas por última vez el 6 de mayo de 2008. Desde entonces han regulado la forma en que las entidades adheridas al Servicio excluían de sus comunicaciones comerciales a los ciudadanos inscritos en el Servicio.

Estos diez años de funcionamiento han permitido reunir y estudiar una compleja y elaborada casuística. Esta experiencia junto con la reciente entrada en plena aplicación del nuevo Reglamento (UE) 2016/679 General de Protección de Datos, aconsejan la actualización de las reglas de depuración del Servicio de Lista Robinson.

En este sentido, las **nuevas reglas de depuración** buscan facilitar la forma en la que las entidades adheridas cumplen con su obligación de consulta de los ficheros comunes de exclusión publicitaria a la vez que se tratan de mejorar las garantías jurídicas ofrecidas por los procesos de depuración.

La práctica revela que cada entidad adherida ha tenido que diseñar e implementar sus propios procesos de normalización de datos para poder comparar la Lista Robinson con sus propias bases de datos. En este sentido, y para garantizar la máxima seguridad jurídica para estos procesos, las nuevas reglas de depuración van **acompañadas de cuatro reglas de normalización** de datos: para datos de texto, para números de teléfono, para direcciones de correo electrónico y para números de portales de las direcciones postales.

- La regla de normalización de campos de texto busca evitar las principales incidencias detectadas durante estos años: la problemática de los acentos en los nombres y los apellidos de los ciudadanos, la existencia de caracteres extranjeros cada vez más habituales en la Lista Robinson y la conversión de los caracteres en mayúsculas o minúsculas a fin de realizar una comparación correcta. Para ello, se ha establecido una tabla de equivalencias entre los caracteres válidos en las distintas lenguas españolas y unos caracteres normalizados, excluyendo de la normalización cualquier otro carácter no incluido en esta tabla.
- La regla de normalización para los números de teléfono permite resolver los dos grandes problemas detectados: la existencia o falta de los prefijos nacionales y los distintos formatos en los que se pueden escribir los números de teléfono. Así, la regla de normalización añade a todos los teléfonos el prefijo nacional, siendo por defecto el español, y suprime cualquier carácter que no sea numérico, como los espacios, los puntos o los guiones.
- La regla de normalización para direcciones de correo electrónico permite el uso de los caracteres más habituales, aunque, por razones de eficiencia y con la finalidad de mantener una regla sencilla y eficiente, no se han recogido todos los caracteres y las distintas reglas de validación de correos electrónicos que desarrollan las normas técnicas aplicables, pues resultan especialmente complejas y no aportan mayor precisión a la depuración.
- La regla de normalización para números de portales de direcciones postales viene a facilitar la depuración cuando el número de portal incluye caracteres no numéricos

como letras (“15A” y “15B”), guiones (“15-17”) o espacios (“15 17”). En este sentido, se establece que únicamente se tendrá en cuenta el primer número del campo, dado que en la práctica la posibilidad de colisiones y falsos positivos es extraordinariamente reducida ya que la regla de comparación de direcciones postales tiene en cuenta el nombre y los apellidos del destinatario.

Como novedad, y en atención a la práctica habitual, se introduce la posibilidad de realizar en determinados casos la depuración mediante el número de documento identificativo del ciudadano, lo que redundará en una exclusión más precisa y, por lo tanto, una mejor atención del derecho de oposición que supone el Servicio de Lista Robinson.

Así mismo, y nuevamente para dar cabida a la casuística encontrada en la práctica, se recoge la posibilidad de realizar la depuración contra el canal telefónico sin tener en cuenta el nombre y los apellidos de los ciudadanos, considerando únicamente el número de teléfono del destinatario. De esta forma se facilita a determinadas entidades adheridas la consulta a la vez que se mantiene el mismo grado de protección para el ciudadano.

Finalmente, en la depuración contra el canal de direcciones postales se ha determinado que se ignoren los campos “*resto del domicilio*” y el “*tipo de vía*”. El primero, porque no resulta posible normalizarlo sin realizar un esfuerzo desproporcionado y el segundo porque no existe una tabla plenamente normalizada de los distintos tipos de vía en los distintos idiomas españoles y sus correspondencias. Dado que la depuración se hace considerando otros ocho valores, las posibilidades de falso positivo son, nuevamente, extraordinariamente reducidas.

Sección I.- DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- DEFINICIONES

A los efectos del presente Anexo, se tendrán en cuenta las definiciones recogidas en el Reglamento del Servicio de Lista Robinson y las normas que lo desarrollen, en el artículo 4 del Reglamento (UE) 2016/679 General de Protección de Datos, en la Ley Orgánica de Protección de Datos y en las de las normas que, en su caso, las sustituyan o desarrollen, así como las siguientes:

1. **Proceso de depuración:** proceso mediante el cual se compara siguiendo un algoritmo de comparación la Lista Robinson y una base de datos de una entidad adherida a la cual esta última desea realizar una comunicación comercial, ofreciendo como resultado de la comparación un positivo o un negativo.
2. **Registro:** conjunto de datos de un interesado en una base de datos de una entidad adherida o en un canal de la Lista Robinson y que permiten la exclusión de este de una comunicación comercial a través de ese canal. Por ejemplo, un nombre, unos apellidos y un número de teléfono conjuntamente considerados.
3. **Dato:** cada uno de los datos que componen un registro, ya sea de un canal del Servicio de Lista Robinson o de una base de datos de una entidad adherida, como un nombre, un apellido o un número de teléfono, individualmente considerado.
4. **Algoritmo de comparación:** conjunto de operaciones que deben seguirse para realizar la depuración y determinar si un interesado ha de excluirse de una comunicación comercial. Las entidades adheridas podrán adoptar cuantos algoritmos adicionales consideren oportunos para la realización de la depuración siempre y cuando se conserven los resultados positivos derivados de los algoritmos predeterminados.

5. **Regla de normalización:** norma de adaptación de determinados tipos de datos que ha de realizarse previamente a la comparación, según especifique el algoritmo de comparación.
6. **Resultado positivo:** cuando tras aplicar el algoritmo de comparación se haya encontrado una coincidencia entre un registro de la entidad y un registro de la Lista Robinson, se considerará que el resultado es positivo, no pudiendo la entidad, en su caso, enviar comunicaciones comerciales al interesado a través del correspondiente canal.
7. **Resultado negativo:** cuando tras aplicar el algoritmo de comparación no se haya encontrado una coincidencia entre un registro de la entidad y un registro de la Lista Robinson.

Artículo 2.- MODALIDADES DE COMPARACIÓN

Cuando un canal disponga de más de un algoritmo de comparación especificado, únicamente será necesario aplicar uno de ellos.

Artículo 3.- REGLA DE NORMALIZACIÓN DE DATOS DE TEXTO

Cuando así lo establezca el algoritmo de comparación, se normalizarán los datos¹ correspondientes a campos de texto cambiando, en su caso, sus caracteres de acuerdo con la siguiente tabla, procediéndose a la completa supresión de los caracteres no considerados normalizados de acuerdo con ella:

Original	Unicode	Normalizada	Unicode	Original	Unicode	Normalizada	Unicode
A	U+0041	a	U+0061	Ñ	U+00D1	n	U+006E
B	U+0042	b	U+0062	ñ	U+00F1	n	U+006E
C	U+0043	c	U+0063	Ç	U+00C7	c	U+0063
D	U+0044	d	U+0064	ç	U+00E7	c	U+0063
E	U+0045	e	U+0065	Á	U+00C1	a	U+0061
F	U+0046	f	U+0066	á	U+00E1	a	U+0061
G	U+0047	g	U+0067	À	U+00C0	a	U+0061
H	U+0048	h	U+0068	à	U+00E0	a	U+0061
I	U+0049	i	U+0069	É	U+00C9	e	U+0065
J	U+004A	j	U+006A	é	U+00E9	e	U+0065
K	U+004B	k	U+006B	È	U+00C8	e	U+0065
L	U+004C	l	U+006C	è	U+00E8	e	U+0065
M	U+004D	m	U+006D	Í	U+00CD	i	U+0069
N	U+004E	n	U+006E	í	U+00ED	i	U+0069
O	U+004F	o	U+006F	Ì	U+00CC	i	U+0069
P	U+0050	p	U+0070	ì	U+00EC	i	U+0069
Q	U+0051	q	U+0071	Ó	U+00D3	o	U+006F
R	U+0052	r	U+0072	ó	U+00F3	o	U+006F
S	U+0053	s	U+0073	Ò	U+00D2	o	U+006F

¹ Representados según Unicode compuesto (NFC).

T	U+0054	t	U+0074	ò	U+00F2	o	U+006F
U	U+0055	u	U+0075	Ú	U+00DA	u	U+0075
V	U+0056	v	U+0076	ú	U+00FA	u	U+0075
W	U+0057	w	U+0077	Ù	U+00D9	u	U+0075
X	U+0058	x	U+0078	ù	U+00F9	u	U+0075
Y	U+0059	y	U+0079	Û	U+00DC	u	U+0075
Z	U+005A	z	U+007A	ü	U+00FC	u	U+0075

Artículo 4.- REGLA DE NORMALIZACIÓN DE NÚMEROS DE TELÉFONO

Cuando así lo establezca el algoritmo de comparación, se normalizarán los datos correspondientes a números de teléfono:

1. Incluyendo al comienzo del dato el prefijo en formato numérico asignado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones en su recomendación E.164 al país al que pertenezca dicho número, para ello, podrán seguirse las siguientes reglas:
 - a. Cuando el dato no comience por “+” (U+002B) o por doble cero (“00”, dos veces U+0030), habrá de añadirse el prefijo nacional correspondiente comenzando por doble cero. Cuando se desconozca dicho prefijo, se presumirá español y se añadirá el prefijo (0034).
 - b. Si el dato comienza por “+” (U+002B), se sustituirá este carácter por doble cero (“00”, dos veces U+0030).
2. Si el dato resultante de la operación anterior contuviese caracteres distintos a los de la siguiente tabla, como espacios o guiones, estos caracteres serán suprimidos:

Tabla de caracteres numéricos válidos para números de teléfono									
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
U+0030	U+0031	U+0032	U+0033	U+0034	U+0035	U+0036	U+0037	U+0038	U+0039

Artículo 5.- REGLA DE NORMALIZACIÓN DE DIRECCIONES DE CORREO ELECTRÓNICO

Cuando así lo establezca el algoritmo de comparación, se normalizarán los datos² correspondientes a direcciones de correo electrónico:

1. Cambiando, en su caso, sus caracteres de acuerdo con la siguiente tabla:

Original	Unicode	Normalizada	Unicode	Original	Unicode	Normalizada	Unicode
A	U+0041	a	U+0061	N	U+004E	n	U+006E
B	U+0042	b	U+0062	O	U+004F	o	U+006F
C	U+0043	c	U+0063	P	U+0050	p	U+0070
D	U+0044	d	U+0064	Q	U+0051	q	U+0071
E	U+0045	e	U+0065	R	U+0052	r	U+0072
F	U+0046	f	U+0066	S	U+0053	s	U+0073
G	U+0047	g	U+0067	T	U+0054	t	U+0074

² Representados según Unicode compuesto (NFC).

H	U+0048	h	U+0068	U	U+0055	u	U+0075
I	U+0049	i	U+0069	V	U+0056	v	U+0076
J	U+004A	j	U+006A	W	U+0057	w	U+0077
K	U+004B	k	U+006B	X	U+0058	x	U+0078
L	U+004C	l	U+006C	Y	U+0059	y	U+0079
M	U+004D	m	U+006D	Z	U+005A	z	U+007A

2. Completa supresión de los caracteres no contemplados en la siguiente tabla:

Tabla de caracteres válidos para direcciones de correo electrónico									
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j
U+0061	U+0062	U+0063	U+0064	U+0065	U+0066	U+0067	U+0068	U+0069	U+006A
k	l	m	n	o	p	q	r	s	t
U+006B	U+006C	U+006D	U+006E	U+006F	U+0070	U+0071	U+0072	U+0073	U+0074
u	v	w	x	y	z	0	1	2	3
U+0075	U+0076	U+0077	U+0078	U+0079	U+007A	U+0030	U+0031	U+0032	U+0033
4	5	6	7	8	9	.	@	_	-
U+0034	U+0035	U+0036	U+0037	U+0038	U+0039	U+002E	U+0040	U+005F	U+002D
+									
U+002B									

Artículo 6.- REGLA DE NORMALIZACIÓN DE NÚMEROS DE PORTALES

Considerando la siguiente tabla de caracteres numéricos válidos:

Tabla de caracteres numéricos válidos para números de portales									
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
U+0030	U+0031	U+0032	U+0033	U+0034	U+0035	U+0036	U+0037	U+0038	U+0039

Cuando así lo establezca el algoritmo de comparación, se normalizarán los datos correspondientes a números de portales de direcciones postales:

1. Sin realizar ninguna adaptación o cambio, cuando todos los caracteres que conformen el dato sean caracteres numéricos válidos o los caracteres sean “sn” (U+0073 y U+006E).
2. Cuando al menos un carácter no sea válido, suprimiendo todos los caracteres a partir de este primer carácter no válido, así como el propio carácter no válido.

Artículo 7.- CÓDIGOS DE PROVINCIAS DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

Código de provincias INE			
Código	Provincia	Código	Provincia
01	Araba/Álava	27	Lugo
02	Albacete	28	Madrid

03	Alicante/Alacant	29	Málaga
04	Almería	30	Murcia
05	Ávila	31	Navarra
06	Badajoz	32	Ourense
07	Balears, Illes	33	Asturias
08	Barcelona	34	Palencia
09	Burgos	35	Palmas, Las
10	Cáceres	36	Pontevedra
11	Cádiz	37	Salamanca
12	Castellón/Castelló	38	Santa Cruz de Tenerife
13	Ciudad Real	39	Cantabria
14	Córdoba	40	Segovia
15	Coruña, A	41	Sevilla
16	Cuenca	42	Soria
17	Girona	43	Tarragona
18	Granada	44	Teruel
19	Guadalajara	45	Toledo
20	Gipuzkoa	46	Valencia/València
21	Huelva	47	Valladolid
22	Huesca	48	Bizkaia
23	Jaén	49	Zamora
24	León	50	Zaragoza
25	Lleida	51	Ceuta
26	Rioja, La	52	Melilla

Sección II.- DEPURACIÓN UNIVERSAL A TRAVÉS DEL DOCUMENTO IDENTIFICATIVO

Artículo 8.- REQUISITOS PARA LA DEPURACIÓN MEDIANTE DOCUMENTO IDENTIFICATIVO

Se podrá depurar una base de datos para cualquier canal mediante la comparación de los números de documentos identificativos de los registros de la Lista Robinson y los de la base de datos de la entidad cuando:

1. El documento identificativo sea el documento nacional de identidad, el número de identificación fiscal o el número de identidad de extranjero.
2. Todos los interesados incluidos en la base de datos estén obligados por la legislación aplicable a disponer de uno de los anteriores documentos identificativos.
3. La entidad adherida cuya base de datos se vaya a depurar disponga de los documentos identificativos correspondientes.
4. Los números de los documentos identificativos tengan la estructura establecida en la normativa que los regule.

Artículo 9.- COMPARACIÓN DE DOCUMENTOS IDENTIFICATIVOS

Para la depuración mediante documento identificativo deberán compararse los números de documento obrantes en la base de datos de la entidad y los de la Lista Robinson, que únicamente podrán contener caracteres numéricos, del cero (0) al nueve (9), y las letras establecidas en las normas que regulen cada tipo de número de documento, representadas en minúsculas³.

Sección III.- DEPURACIÓN DEL CANAL TELEFÓNICO

Artículo 10.- DEPURACIÓN DEL CANAL TELEFÓNICO

Cuando la comunicación comercial vaya a realizarse mediante llamadas telefónicas, tanto a números de teléfono fijo como móvil, la depuración deberá realizarse entre los registros de la base de datos de la entidad y los del canal telefónico de la Lista Robinson.

Artículo 11.- ESTRUCTURA DE LOS DATOS EN EL CANAL TELEFÓNICO

Los registros del canal telefónico de la Lista Robinson constarán de los siguientes datos:

1. *Nombre*: compuesto únicamente por letras y con un tamaño máximo de 128 caracteres.
2. *Primer apellido*: compuesto únicamente por letras y con un tamaño máximo de 128 caracteres.
3. *Segundo apellido*: compuesto únicamente por letras y con un tamaño máximo de 128 caracteres.
4. *Número de teléfono*: podrá ser tanto un número de teléfono móvil como fijo. El número de caracteres podrá variar, hasta un máximo de 128, y se permitirá la inclusión de extensiones numéricas inmediatamente a continuación el número de teléfono. Únicamente estarán formados por caracteres numéricos del cero (0) al nueve (9) y deberán ir precedidos del código de país, comenzando por doble cero (00).

Artículo 12.- MODALIDADES DE DEPURACIÓN

La comparación podrá realizarse mediante dos algoritmos distintos, excluyentes e igualmente válidos:

1. *Algoritmo de comparación completa*: que realiza una comparación de todos los datos incluidos en cada registro.
2. *Algoritmo de comparación simplificada*: que realiza una comparación únicamente del número de teléfono de cada registro.

Artículo 13.- ALGORITMO DE COMPARACIÓN COMPLETA

Aplicada la regla de normalización de datos de texto al nombre, al primer apellido y al segundo apellido, y aplicada la regla de normalización de números de teléfono al número de teléfono, en ambos casos tanto del registro Robinson como del registro de la base de datos de la entidad:

³ Representados según Unicode compuesto (NFC).

1. Se entenderá que hay un resultado positivo cuando los datos normalizados sean idénticamente coincidentes en ambos registros, carácter a carácter.
2. Se entenderá que hay un resultado negativo cuando al menos un carácter de alguno de los datos normalizados no sea idénticamente coincidente en ambos registros.

Artículo 14.- ALGORITMO DE COMPARACIÓN SIMPLIFICADA

Aplicada la regla de normalización de números de teléfono al número de teléfono tanto del registro Robinson como del registro de la base de datos de la entidad:

1. Se entenderá que hay un resultado positivo cuando los datos normalizados sean idénticamente coincidentes en ambos registros, carácter a carácter.
2. Se entenderá que hay un resultado negativo cuando al menos un carácter de los datos normalizados no sea idénticamente coincidente en ambos registros.

Sección IV.- DEPURACIÓN DEL CANAL DE CORREO ELECTRÓNICO

Artículo 15.- DEPURACIÓN DEL CORREO ELECTRÓNICO

Cuando la comunicación comercial vaya a realizarse mediante correo electrónico, la depuración deberá realizarse entre los registros de la base de datos de la entidad y los del canal de correo electrónico de la Lista Robinson.

Artículo 16.- ESTRUCTURA DE LOS DATOS EN EL CANAL DE CORREO ELECTRÓNICO

Los registros del canal de correo electrónico de la Lista Robinson constarán del siguiente dato:

1. *Dirección de correo electrónico*: compuesta por un nombre o alias y el dominio correspondiente. Sólo podrá contener una única "@" (U+0040), no podrá contener espacios y su tamaño máximo será de 256 caracteres.

Artículo 17.- ALGORITMO DE COMPARACIÓN

Aplicada la regla de normalización de direcciones de correo electrónico al correo electrónico tanto del registro Robinson como del registro de la base de datos de la entidad:

1. Se entenderá que hay un resultado positivo cuando los datos normalizados sean idénticamente coincidentes en ambos registros, carácter a carácter.
2. Se entenderá que hay un resultado negativo cuando al menos un carácter de los datos normalizados no sea idénticamente coincidente en ambos registros.

Sección V.- DEPURACIÓN DEL CANAL DE SMS, MMS Y EQUIVALENTES

Artículo 18.- DEPURACIÓN DEL CANAL DE SMS, MMS Y EQUIVALENTES

Cuando la comunicación comercial vaya a realizarse mediante SMS, MMS u otros medios equivalentes, la depuración deberá realizarse entre los registros de la base de datos de la entidad y los del canal de SMS, MMS y equivalentes de la Lista Robinson.

Artículo 19.- ESTRUCTURA DE LOS DATOS EN EL CANAL DE SMS, MMS Y EQUIVALENTES

Los registros del canal de SMS, MMS y equivalentes de la Lista Robinson constarán de los siguientes datos:

1. *Nombre*: compuesto únicamente por letras y con un tamaño máximo de 128 caracteres.
2. *Primer apellido*: compuesto únicamente por letras y con un tamaño máximo de 128 caracteres.
3. *Segundo apellido*: compuesto únicamente por letras y con un tamaño máximo de 128 caracteres.
4. *Número de teléfono*: el número de caracteres podrá variar, hasta un máximo de 128, y se permitirá la inclusión de extensiones numéricas inmediatamente a continuación el número de teléfono. Únicamente estarán formados por caracteres numéricos del cero (0) al nueve (9) y deberán ir precedidos del código de país, comenzando por doble cero (00).

Artículo 20.- ALGORITMO DE COMPARACIÓN

Los algoritmos de comparación para el canal de SMS, MMS y equivalentes serán los mismos que los establecidos en la [SECCIÓN III.- DEPURACIÓN DEL CANAL TELEFÓNICO](#) para el canal telefónico.

Sección VI.- DEPURACIÓN DEL CANAL DE CORREO POSTAL

Artículo 21.- DEPURACIÓN DEL CANAL DE CORREO POSTAL

Cuando la comunicación comercial vaya a realizarse mediante correo postal, la depuración deberá realizarse entre los registros de la base de datos de la entidad y los del canal de correo postal de la Lista Robinson.

Artículo 22.- ESTRUCTURA DE LOS DATOS EN EL CANAL DE CORREO POSTAL

Los registros del canal de correo postal de la Lista Robinson constarán de los siguientes datos:

1. *Nombre*: compuesto únicamente por letras y con un tamaño máximo de 128 caracteres.
2. *Primer apellido*: compuesto únicamente por letras y con un tamaño máximo de 128 caracteres.
3. *Segundo apellido*: compuesto únicamente por letras y con un tamaño máximo de 128 caracteres.
4. *Tipo de vía*: tipo de vía según la clasificación del INE.
5. *Nombre de la vía*: que estará compuesto únicamente por letras y con un tamaño máximo de 50 caracteres.
6. *Número de portal*: podrá contener caracteres numéricos del cero (0) al nueve (9), guiones “-” (U+002D) y letras. Habrá de comenzar, necesariamente, por un número. Se exceptúa la combinación “sn” para aquellas direcciones sin número. Tendrá una longitud máxima de 8 caracteres.
7. *Resto del domicilio*: serán datos adicionales del domicilio, como la planta y la puerta, y podrá contener tanto números como letras, con un máximo de 128 caracteres.
8. *Código postal*: podrá contener hasta cinco (5) caracteres numéricos del cero (0) al nueve (9).

9. *Población*: podrá contener hasta 70 caracteres, tanto numéricos como letras.
10. *Código provincia*: compuesto siempre por dos caracteres numéricos, de acuerdo con el código de identificación del Instituto Nacional de Estadística indicado en el Artículo 7.-.

Artículo 23.- ALGORITMO DE COMPARACIÓN

1. Aplicada la regla de normalización de datos de texto al nombre, al primer apellido, al segundo apellido, al nombre de la vía y a la población, y aplicada la regla de normalización de números de portal de direcciones postales al número de portal, en ambos casos tanto del registro Robinson como del registro de la base de datos de la entidad, se procederá a la comparación carácter a carácter de:
 - a. Nombre
 - b. Primer apellido
 - c. Segundo apellido
 - d. Nombre de la vía
 - e. Número de portal
 - f. Código postal
 - g. Población
 - h. Código de provincia

De acuerdo con el resultado de la comparación:

- a. Se entenderá que hay un resultado positivo cuando los datos comparados sean idénticamente coincidentes en ambos registros, carácter a carácter.
- b. Se entenderá que hay un resultado negativo cuando al menos un carácter de alguno de los datos comparados no sea idénticamente coincidente en ambos registros.

El resto del domicilio y el tipo de vía no se tendrán en cuenta en el algoritmo de comparación.

Anexo:

Código de conducta del Servicio de Lista Robinson¹⁰

¹⁰ En el momento de presentación de esta memoria, 30 de noviembre de 2018, el Código de conducta del Servicio recogido en este anexo se encuentra pendiente de aprobación por la AEPD por lo que puede experimentar alguna variación antes de su aprobación final.



CÓDIGO DE CONDUCTA DEL SERVICIO
DE LISTA ROBINSON

Contenidos

Capítulo I.- De las disposiciones generales	3
Artículo 1.- Del objeto	3
Artículo 2.- Del ámbito de aplicación	3
Artículo 3.- Del ámbito territorial.....	3
Artículo 4.- De las definiciones.....	3
Capítulo II.- De la promotora	4
Artículo 5.- De la promotora	4
Artículo 6.- De las funciones de la Promotora	4
Artículo 7.- De las obligaciones de la Promotora	4
Capítulo III.- De las entidades adheridas.....	4
Artículo 8.- De las entidades adheridas	4
Artículo 9.- De las obligaciones de las entidades adheridas	4
Artículo 10.- De los derechos de las entidades adheridas	5
Capítulo IV.- Del Comité de Supervisión	5
Artículo 11.- De las funciones del Comité de Supervisión	5
Artículo 12.- De las obligaciones del Comité de Supervisión y sus miembros	5
Artículo 13.- De la independencia del Comité de Supervisión.....	6
Artículo 14.- De la transparencia del Comité de Supervisión	6
Artículo 15.- Del nombramiento de miembros del Comité de Supervisión	6
Capítulo V.- De la adhesión	6
Artículo 16.- De la adhesión	6
Artículo 17.- Del mantenimiento de la adhesión	7
Artículo 18.- De la baja	7
Artículo 19.- De las cuotas de adhesión y mantenimiento	7
Capítulo VI.- De los incumplimientos del Código	7
Artículo 20.- De los incumplimientos del Código	7
Artículo 21.- Del expediente de investigación	8
Artículo 22.- De las medidas disciplinarias.....	8
Artículo 23.- De determinadas medidas disciplinarias.....	9
Capítulo VII.- De la modificación del Código	9
Artículo 24.- De la modificación del Código	9
Artículo 25.- De la elaboración, aprobación y modificación de normas de desarrollo	9
Capítulo VIII.- De las marcas acreditativas	9
Artículo 26.- De las marcas acreditativas	9

Artículo 27.- Del uso de las marcas acreditativas	10
Anexos	11
Anexo I.- Requisitos mínimos del procedimiento de adhesión de entidades.....	12
Artículo 1.- Del procedimiento de adhesión	12
Artículo 2.- Del control de los procedimientos para la realización de la consulta y la depuración	12
Artículo 3.- Del control de los procedimientos para recibir y responder adecuadamente a las solicitudes de revocación del consentimiento.....	13

Capítulo I.- De las disposiciones generales

Artículo 1.- Del objeto

El presente código de conducta, al amparo de lo estipulado en el artículo 40 del Reglamento (UE) 2016/679 General de Protección de Datos, tiene por objeto diseñar y definir:

- a) los criterios de control del cumplimiento por parte de responsables del tratamiento respecto de su obligación de consulta del Servicio de Lista Robinson, prestado por la Asociación Española de la Economía Digital, como sistema de exclusión publicitaria establecido de acuerdo con el artículo 23 de la Ley Orgánica de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales;
- b) los criterios de evaluación de la capacidad de los encargados del tratamiento para prestar servicios a responsables del tratamiento que consistan, total o parcialmente, en realizar acciones orientadas a dar cumplimiento a la obligación referida en el apartado anterior;
- c) los criterios de evaluación de la capacidad de otro tipo de entidades distintas a las antes indicadas que faciliten herramientas para la consulta del Servicio de Lista Robinson.

Artículo 2.- Del ámbito de aplicación

El presente código de conducta se aplica a los responsables y encargados del tratamiento que voluntariamente se hubiesen adherido de acuerdo con los criterios de adhesión establecidos en este código o en su normativa de desarrollo.

Artículo 3.- Del ámbito territorial

Al presente código de conducta podrán adherirse los responsables o encargados del tratamiento de datos de carácter personal que realicen tratamientos en territorio español o que traten datos personales de interesados residentes en territorio español.

Artículo 4.- De las definiciones

Para este Código, se tendrán en cuenta las definiciones establecidas en el Reglamento del Servicio de Lista Robinson, el artículo 4 del Reglamento (UE) 2016/679 General de Protección de Datos, la Ley Orgánica de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales y en las normas que, en su caso, las sustituyan o desarrollen, así como las siguientes:

1. **Código:** el presente código de conducta.
2. **RGPD:** el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos).
3. **LOPD:** la Ley Orgánica de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales.
4. **Entidad adherida:** responsable o encargado del tratamiento adherido a este código.

Capítulo II.- De la promotora

Artículo 5.- De la promotora

La promotora de este Código es la Asociación Española de la Economía Digital.

Artículo 6.- De las funciones de la Promotora

La promotora tiene por objeto regular, promover y garantizar la viabilidad de este Código, debiendo realizar cuantas acciones sean necesarias para su efectividad, incluyendo la obtención de los recursos económicos necesarios para su mantenimiento.

Artículo 7.- De las obligaciones de la Promotora

Son obligaciones de la Promotora:

1. Garantizar la independencia, imparcialidad, transparencia, eficacia y ajuste a derecho del funcionamiento del Comité de Supervisión.
2. Nombrar y destituir a los miembros del Comité de Supervisión.
3. Actualizar el presente Código y sus reglamentos de desarrollo.
4. Elaborar, revisar y aprobar las normas de desarrollo del presente Código que estime necesarias.
5. Garantizar el desarrollo de las actividades necesarias para el desarrollo del Código.
6. Aprobar los presupuestos anuales para garantizar el mantenimiento y correcto funcionamiento de las actividades contempladas en el Código.
7. Aprobar las cuotas aplicables a las entidades adheridas.
8. En su caso, incorporar en los presupuestos anuales del Código partidas exclusivas para el Comité de Supervisión con la finalidad de garantizar los recursos necesarios para el cumplimiento de sus funciones y obligaciones, sin perjuicio de eventuales ampliaciones durante el ejercicio.
9. Diseñar y aprobar las marcas de confianza acreditativas de la condición de entidad adherida, así como regular su uso.
10. Promover la adhesión de responsables y encargados del tratamiento al Código.
11. Realizar y publicar con carácter anual un informe de las actividades desarrolladas en cumplimiento del Código.

Capítulo III.- De las entidades adheridas

Artículo 8.- De las entidades adheridas

Podrán adherirse al presente Código aquellas entidades, públicas o privadas, que realicen alguna de las actividades descritas en el [ARTÍCULO 1.- DEL OBJETO](#).

Artículo 9.- De las obligaciones de las entidades adheridas

Las entidades adheridas al presente Código deberán:

1. Consultar el Servicio de Lista Robinson de acuerdo con las normas establecidas en su Reglamento de funcionamiento y, en su caso, normativas que lo desarrollen.
2. Notificar al Comité de Supervisión la apertura de inspecciones relacionadas con la materia objeto de este Código por parte de las autoridades de protección de datos

- competentes y, en su caso, las eventuales resoluciones que la autoridad hubiese emitido al respecto.
3. Satisfacer las cuotas debidas en tiempo y forma.
 4. Informar a los interesados afectados por sus tratamientos de que es una entidad adherida al presente Código.
 5. Informar adecuadamente, cuando así lo solicite el Comité de Supervisión, sobre los procedimientos, expedientes y otra documentación relativa a un incumplimiento específico objetos de este Código.
 6. Hacer buen uso de las marcas acreditativas de la condición de entidad adherida, incorporándolas en sus páginas web, cuando tuvieren, u otros soportes de acuerdo con lo estipulado en este Código y, en su caso, en las normas aprobadas por la Promotora.

Artículo 10.- De los derechos de las entidades adheridas

Las entidades adheridas tendrán derecho a:

1. Hacer pública su condición de adheridas a este Código a través del uso público de las marcas acreditativas, de acuerdo con lo estipulado en este Código y, en su caso, en las normas aprobadas por la Promotora.
2. Emitir opinión debidamente motivada y no vinculante respecto de las eventuales modificaciones de este Código y su normativa de desarrollo.

Capítulo IV.- Del Comité de Supervisión

Artículo 11.- De las funciones del Comité de Supervisión

1. El Comité de Supervisión tiene por objeto supervisar de forma independiente y transparente el adecuado cumplimiento del presente Código y de su normativa de desarrollo por parte de las entidades adheridas, de acuerdo con el Reglamento del Servicio de Lista Robinson, el RGPD, la LOPD y, en su caso, la normas que las sustituyan o desarrollen.
2. La Promotora podrá aprobar un reglamento específico que atribuya funciones y obligaciones adicionales y regule el funcionamiento del Comité de Supervisión, sin perjuicio de lo estipulado en este Código.

Artículo 12.- De las obligaciones del Comité de Supervisión y sus miembros

1. Son obligaciones del Comité de Supervisión:
 - a. Supervisar el cumplimiento del presente Código por parte de las entidades adheridas y, en su caso, adoptar las medidas disciplinarias necesarias.
 - b. Revisar y, en su caso, aprobar o rechazar las solicitudes de adhesión.
 - c. Actuar como órgano consultivo de la Promotora, a su petición.
2. Son obligaciones de los miembros del Comité de Supervisión:
 - a. Inhibirse cuando aprecien la existencia de un conflicto de interés o se entiendan incapaces de conocer de un procedimiento por su complejidad.
 - b. Cuando un miembro del Comité de Supervisión deba inhibirse, lo notificará motivadamente a la Promotora sin dilación indebida.

- c. Mantener el secreto y la confidencialidad en lo que respecta al desempeño de sus funciones, de conformidad con el Derecho Español y de la Unión Europea.

Artículo 13.- De la independencia del Comité de Supervisión

La independencia del Comité de Supervisión se entenderá garantizada con:

1. El nombramiento de sus miembros por un periodo de tres años, renovables automáticamente por periodos trienales.
2. La imposibilidad de ser destituidos por motivos relacionados con el correcto y normal desempeño de sus funciones.
3. La existencia, en su caso, de un presupuesto independiente, específico y suficiente para el cumplimiento de sus funciones. La retribución que, en su caso, perciban por el desempeño de sus funciones no podrá guardar relación con los resultados de sus resoluciones.
4. La imposibilidad de recibir instrucciones ni de la Promotora ni de ninguna de las entidades adheridas en relación con el desempeño de sus funciones.

Artículo 14.- De la transparencia del Comité de Supervisión

1. El Comité de Supervisión motivará debidamente todas sus resoluciones.
2. De cada sesión del Comité, se levantará un acta que incluirá, al menos, el orden del día, los miembros presentes y las resoluciones adoptadas. El acta quedará a disposición de la Promotora, de las autoridades de protección de datos y de los órganos judiciales.
3. Las resoluciones del Comité se adoptarán por mayoría de sus miembros, pudiendo los miembros discrepantes solicitar que queden reflejados por escrito los motivos de su disconformidad.
4. La identidad de los miembros del Comité de Supervisión será pública.

Artículo 15.- Del nombramiento de miembros del Comité de Supervisión

1. La Promotora nombrará y cesará a los miembros del Comité de Supervisión atendiendo a sus cualidades y experiencia profesional.
2. El Comité estará formado por un número impar de personas.
3. Los miembros del Comité de Supervisión habrán de ser personas físicas y su posición será compatible con cualquier otro cargo en la Promotora o en otra entidad.

Capítulo V.- De la adhesión

Artículo 16.- De la adhesión

1. Las entidades indicadas en el [ARTÍCULO 1.- DEL OBJETO](#) podrán adherirse al presente Código mediante una solicitud formal dirigida al Comité de Supervisión de la forma estipulada por la Promotora.
2. El procedimiento de adhesión será aprobado por la Promotora, oído el Comité de Supervisión, y contendrá, al menos, los requisitos descritos en el [ANEXO I.- REQUISITOS MÍNIMOS DEL PROCEDIMIENTO DE ADHESIÓN DE ENTIDADES](#).
3. Sin perjuicio de la obligatoriedad, en su caso, de consulta del Servicio de Lista Robinson por determinadas entidades, la adhesión al presente Código es voluntaria.

Artículo 17.- Del mantenimiento de la adhesión

1. Transcurridos tres (3) años desde la aceptación de la solicitud de adhesión, las entidades adheridas deberán renovar su adhesión al Código de acuerdo con el procedimiento estipulado por la Promotora.
2. Cuando una entidad adherida modifique de forma sustancial aquellos procedimientos que hubiesen sido objeto de supervisión durante el procedimiento de adhesión o renovación, deberá notificarlo a la Promotora y, si esta lo estima necesario, someterse a un nuevo proceso de revisión.

Artículo 18.- De la baja

1. Las entidades adheridas podrán causar baja del Código por voluntad propia mediante escrito dirigido al Comité de Supervisión o la Promotora, que lo remitirá al Comité para su conocimiento.
2. La baja supone la renuncia a los derechos conferidos por el Código a las entidades adheridas.
3. Las entidades que se hubiesen dado de baja podrán volver a adherirse presentando una nueva solicitud de adhesión.
4. La baja no supondrá la extinción de las obligaciones económicas que no estuviesen plenamente satisfechas en el momento de la solicitud de baja.

Artículo 19.- De las cuotas de adhesión y mantenimiento

1. Las entidades adheridas tienen la obligación de satisfacer las cuotas aprobadas por la Promotora.
2. Los periodos de facturación, los tipos de cuota y las cuantías serán aprobados por la Promotora, teniendo especialmente en cuenta los costes del procedimiento de adhesión, del mantenimiento del Código, del Comité de Supervisión y de los gastos futuros previsibles.
3. La Promotora podrá modificar las cuotas unilateralmente en cualquier momento, pasando a ser efectivas al día siguiente de su aprobación o, para las entidades ya adheridas, a partir del siguiente periodo de facturación al de su aprobación.
4. Cuando en un periodo de facturación y por razones excepcionales, sea necesario establecer unas cuotas extraordinarias, la Promotora podrá hacerlas efectivas de manera motivada en el mismo periodo de facturación en que se aprueben. Las entidades adheridas que no estuviesen de acuerdo o no pudiesen satisfacer la cuota extraordinaria podrán solicitar la baja sin hacer frente a dicha cuota, debiendo la Promotora, en su caso, restituir la parte proporcional de la cuota ordinaria satisfecha y no disfrutada por el responsable.

Capítulo VI.- De los incumplimientos del Código

Artículo 20.- De los incumplimientos del Código

1. Cuando el Comité de Supervisión tenga conocimiento de que una entidad adherida pudiese haber incumplido alguna de las obligaciones establecidas en este Código o, en su caso, en el Reglamento del Servicio de Lista Robinson, ya fuere por negligencia o dolo, el Comité de Supervisión podrá acordar la apertura de un expediente de investigación.

2. Cuando el Comité de Supervisión determine en un expediente de investigación que una entidad adherida ha incumplido alguna de las obligaciones establecidas en este Código, podrá acordar la adopción de medidas disciplinarias, previa audiencia al mismo.
3. Cuando el Comité de Supervisión haya acordado la adopción de medidas disciplinarias contra una entidad adherida con motivo de un incumplimiento que hubiese podido haber afectado a un interesado, directa o indirectamente, el Comité de Supervisión, en función de la gravedad y de las eventuales medidas correctoras que la entidad adherida hubiese adoptado o se hubiese comprometido a adoptar, determinará si resulta procedente comunicar dicho acuerdo de adopción de medidas disciplinarias a la autoridad de protección de datos competente. Para la decisión de comunicación, el Comité de Supervisión podrá dar audiencia a la entidad.

Artículo 21.- Del expediente de investigación

1. El expediente de investigación del Comité de Supervisión tiene por objeto esclarecer si una entidad adherida ha incumplido o no alguna de las obligaciones establecidas en el presente Código.
2. Durante la tramitación de un expediente de investigación, el Comité de Supervisión podrá:
 - a. Cuando lo estime relevante para la investigación, solicitar procedimientos, expedientes, documentación u otra información a la entidad investigada.
 - b. Cuando sea relevante para la investigación, solicitar documentación u otra información al interesado o interesados afectados por los hechos investigados.
 - c. Dar audiencia a la entidad investigada o al interesado o interesados afectados por los hechos investigados.
 - d. Realizar otra clase de indagaciones cuando un reglamento de la Promotora así lo permita.
3. Cuando el Comité de Supervisión solicite información o dé audiencia a alguna de las partes implicadas de acuerdo con el apartado anterior, estos dispondrán de 15 días naturales para responder.
4. Cuando el Comité de Supervisión estime que se ha probado suficientemente el incumplimiento, podrá acordar la adopción de medidas disciplinarias contra la entidad adherida investigada. En caso contrario, archivará de oficio el expediente.
5. El expediente de investigación no podrá permanecer abierto durante más de tres (3) meses naturales, no computándose el mes de agosto. Los periodos mencionados en el apartado anterior suspenderán el cómputo.

Artículo 22.- De las medidas disciplinarias

El Comité de Supervisión, en función de la gravedad del incumplimiento, de su colaboración durante la tramitación del expediente de investigación, de la afectación a los derechos y la privacidad del interesado y de la diligencia mostrada por la entidad adherida, podrá acordar la adopción de una o varias de las siguientes medidas disciplinarias:

1. Apercibir a la entidad infractora y requerirle la efectiva subsanación del incumplimiento.
2. Obligar a atender de determinada forma una solicitud o unas solicitudes de ejercicio de derechos de los regulados en el Reglamento del Servicio de Lista Robinson por parte de uno o varios interesados.
3. Suspender temporalmente, con plazo fijo o dependiente de alguna eventualidad especificada, la condición de entidad adherida.

4. La expulsión del Código y revocación de su condición de entidad adherida.

Artículo 23.- De determinadas medidas disciplinarias

1. El apercibimiento podrá ser acordado por el Comité de Supervisión cuando la entidad infractora no hubiese sido apercibida en los seis (6) meses anteriores.
2. El Comité de Supervisión sólo podrá obligar a una entidad adherida infractora a atender de determinada forma solicitudes de ejercicios de derechos de los interesados cuando dicho derecho sea objeto de regulación en el Reglamento del Servicio de Lista Robinson y el incumplimiento afectase gravemente a los derechos y privacidad de los interesados y constituyese un incumplimiento flagrante.
3. La suspensión de la condición de entidad adherida no supondrá la extinción de las obligaciones económicas existentes ni impedirá que se devenguen nuevas obligaciones económicas. Así mismo, tampoco supondrá una exoneración del resto de obligaciones.
4. La expulsión no supondrá la extinción de las obligaciones económicas existentes. La entidad expulsada no podrá solicitar nuevamente la adhesión hasta transcurridos seis (6) meses de la expulsión, en cuyo caso deberá demostrar que ha adoptado las medidas técnicas y organizativas necesarias para garantizar que el incumplimiento ha sido satisfactoriamente solventado.

Capítulo VII.- De la modificación del Código

Artículo 24.- De la modificación del Código

1. Oído el Comité de Supervisión, la Promotora podrá modificar el presente Código cuando:
 - a. Haya modificaciones legislativas que lo justifiquen.
 - b. Estime necesario realizar modificaciones por razones organizativas, de eficiencia o mejora, tanto jurídica como técnica.
2. Antes de tramitar oficialmente la modificación del Código, la Promotora dará audiencia a las entidades adheridas.

Artículo 25.- De la elaboración, aprobación y modificación de normas de desarrollo

1. Oído el Comité de Supervisión, la Promotora elaborará, aprobará y modificará las normas de desarrollo del presente Código que estime adecuadas y, en todo caso, el procedimiento de adhesión al Código.
2. Cuando la norma de desarrollo afecte a las entidades adheridas, la Promotora les dará audiencia antes de su efectiva aprobación o modificación.

Capítulo VIII.- De las marcas acreditativas

Artículo 26.- De las marcas acreditativas

1. La Promotora podrá diseñar, aprobar y regular el uso de marcas acreditativas de la adhesión al Código que permitan demostrar la condición entidad adherida.

2. En todo caso, la Promotora diseñará, aprobará y regulará, al menos, una marca acreditativa de la adhesión.

Artículo 27.- Del uso de las marcas acreditativas

1. Las marcas acreditativas no podrán ser utilizadas de manera que:
 - a. Puedan parecer una marca propia de la entidad adherida.
 - b. Perjudique o ponga en duda el prestigio de este Código.
2. Las entidades no adheridas no podrán hacer uso de las marcas acreditativas.
3. Las entidades que hubiesen sido sancionadas con la suspensión de su condición de adheridas no podrán hacer uso de las marcas de confianza.
4. Cuando una entidad adherida deje de ostentar dicha condición, deberá cesar inmediatamente en el uso de las marcas de confianza.
5. Sin perjuicio de las facultades que la legislación aplicable atribuya a la Promotora, esta podrá perseguir legalmente a toda entidad que emplee una marca acreditativa de la adhesión a este Código de forma contraria a lo estipulado aquí o en las eventuales normas de desarrollo específicas.

ANEXOS

Anexo I.- Requisitos mínimos del procedimiento de adhesión de entidades

Artículo 1.- Del procedimiento de adhesión

1. Cuando la entidad solicitante desee utilizar su eventual condición de adherida como garantía de sus procedimientos de consulta de la Lista Robinson y la correcta depuración de bases de datos, el procedimiento de adhesión deberá evaluar, al menos, la eficacia de dichos procedimientos.
2. Cuando la entidad solicitante desee utilizar su eventual condición de adherida como garantía de sus procedimientos para la recepción y respuesta adecuada de las solicitudes de revocación del consentimiento previsto en el Reglamento del Servicio de Lista Robinson, el procedimiento de adhesión deberá evaluar, al menos, la eficacia de dichos procedimientos.

Artículo 2.- Del control de los procedimientos para la realización de la consulta y la depuración

1. Los procedimientos establecidos por la entidad solicitante deberán ser capaces de depurar adecuadamente una base de datos de prueba facilitada por la Promotora.
2. La base de datos de prueba:
 - a. deberá contener registros ficticios y no correspondientes a ningún interesado,
 - b. podrá contener registros con campos no normalizados con la finalidad de poner a prueba las reglas de normalización de la entidad solicitante,
 - c. no deberá tener menos de diez mil (10.000) registros.
3. Si la entidad solicitante se encuentra adherida al Servicio de Lista Robinson, esta devolverá a la Promotora una copia de la base de datos de prueba con los registros depurados de acuerdo con los procedimientos internos que desea someter a las normas del Código. Si no estuviese adherida, facilitará a la Promotora las herramientas que desea someter a las normas del Código para que esta realice la depuración en su nombre.
4. Se entenderá que los procedimientos de la entidad solicitante han depurado adecuadamente la base de datos de prueba cuando los resultados positivos hallados sean coincidentes con los resultantes de aplicar las herramientas propias de la Promotora.

No obstante lo anterior, si los procedimientos de la entidad solicitante hubiesen hallado más resultados positivos, también se entenderá adecuadamente depurada la base de datos de prueba si este hecho es debido a que la entidad solicitante aplica reglas de depuración adicionales cuyo resultado sea, siempre y en todo caso, un nivel de depuración más alto y garantista que el exigido por el Reglamento del Servicio de Lista Robinson.
5. Cuando los procedimientos de la entidad solicitante no hayan superado satisfactoriamente el control, la Promotora podrá facilitarle los resultados positivos hallados con sus herramientas a fin de que la entidad detecte y corrija las deficiencias.
6. La Promotora anexionará los resultados de esta prueba al expediente de solicitud, así como un dictamen interpretando los mismos, para su valoración por el Comité de Supervisión.

Artículo 3.- Del control de los procedimientos para recibir y responder adecuadamente a las solicitudes de revocación del consentimiento

1. Los procedimientos establecidos por la entidad solicitante deberán ser capaces de recibir, procesar y dar una respuesta adecuada al ejercicio de los derechos de los interesados contemplados en el Reglamento del Servicio de Lista Robinson.
2. La entidad solicitante deberá facilitar a la Promotora una descripción detallada de los procedimientos que hubiese establecido y, en su caso, facilitar los modelos de respuesta elaborados.
3. La Promotora anexionará al expediente de solicitud la documentación facilitada por la entidad solicitante para su valoración por el Comité de Supervisión.